

FACULDADE DE PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DO PORTO

As Representações Sociais da Realização Pessoal:
Efeito do Sexo e do Estado Civil

Raquel Marques Plácido Ribeiro

2005

FACULDADE DE PSICOLOGIA E DE CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE DO PORTO

As Representações Sociais da Realização Pessoal:
Efeito do Sexo e do Estado Civil

Raquel Marques Plácido Ribeiro

Dissertação apresentada na Faculdade de Psicologia e de
Ciências da Educação da Universidade do Porto,
para obtenção do grau de Mestre em Psicologia,
Especialização em Psicologia Social, elaborada sob a
orientação da Professora Doutora Gabrielle Poeschl

2005

Resumo

Actualmente tanto os homens como as mulheres participam nas esferas pública e privada. No entanto, a ideologia da feminilidade, desenvolvida para justificar as desigualdades entre os sexos que emergiram das mudanças produzidas pela Revolução Industrial (a esfera privada atribuída às mulheres, cuidando dos filhos e da casa, e a esfera pública aos homens, assumindo o papel de ganha-pão), parece continuar a exercer influência sobre os ideais de vida de homens e mulheres. Para examinar este aparente paradoxo, procurou-se, na presente investigação, captar a representação social da realização pessoal de homens e mulheres, assim como a representação atribuída aos membros do endogrupo e aos membros do exogrupo. Para tal foram conduzidos dois estudos, o primeiro, de carácter exploratório, visa fazer um levantamento do campo semântico associado ao conceito de realização pessoal, e o segundo, realizado através de questionários de opinião, visa avaliar de que forma se estrutura a representação da realização pessoal e analisar o efeito do sexo de pertença e do estado civil sobre as representações formadas. Os nossos resultados revelam que, quando se torna saliente a pertença grupal - sexual, a representação social da realização pessoal é congruente com os estereótipos sexuais, atribuindo ao homem a esfera pública e à mulher a esfera privada. Pelo contrário, quando se faz apelo à identidade pessoal, homens e mulheres apenas diferem na importância atribuída à esfera familiar, sendo as mulheres quem mais valoriza esta dimensão para a sua realização pessoal. Os resultados também parecem indicar que a sobrevalorização feminina da esfera privada – familiar – leva as mulheres a sentir mais do que os homens um conflito entre o desempenho do papel profissional e do papel familiar. Por outro lado, as mulheres manifestam maior necessidade de automonitorização do que os homens e aspiram por investir mais tempo em actividades de lazer. Por último, a forma como os sujeitos representam a realização pessoal dos homens e das mulheres está relacionada com a forma como avaliam os ideais de realização tradicionais e não tradicionais. Assim, parece que as teorias desenvolvidas no século XIX para justificar a manutenção das mulheres em casa, continuam, na actualidade, a servir de base para as representações sociais dos papéis masculino e feminino e da sua realização pessoal, contribuindo para a manutenção das desigualdades entre homens e mulheres na sociedade (Poeschl, 2001-2).

Résumé

Actuellement les hommes et les femmes participent aux sphères publiques et privées. Cependant, l'idéologie de la féminité, développée pour justifier les inégalités entre les sexes qui ont émergé des changements produits par la Révolution Industrielle (la sphère privée attribuée aux femmes qui prennent soin des enfants et de la maison, et la sphère publique aux hommes, qui assument le rôle de gagne-pain), semble continuer à exercer une influence sur les idéaux de vie des hommes et des femmes. Pour examiner ce paradoxe apparent, nous avons eu recours à l'enquête qui se suit pour capter la représentation sociale de la réalisation personnelle des hommes et des femmes, ainsi que la représentation attribuée aux membres de l'endogroupe et aux membres de l'exogroupe. Ainsi, nous avons réalisé deux études, la première de caractère exploratoire visant le prélèvement du champs sémantique associé au concept de réalisation personnelle, et la deuxième réalisée à travers de questionnaires d'opinion, visant l'évaluation de la structure de la représentation de la réalisation personnelle et l'analyse de l'effet d'appartenance sexuelle et de l'état civil sur les représentations formées. Nos résultats révèlent que lorsque l'appartenance à un groupe, c'est-à-dire, l'appartenance sexuelle, devient plus saillant, la représentation sociale de la réalisation personnelle est congruente avec les stéréotypes sexuels, attribuant à l'homme la sphère publique et à la femme la sphère privée. Au contraire, quand on fait appel à l'identité personnelle, les hommes et les femmes diffèrent seulement en ce qui concerne l'importance attribuée à la sphère familiale, sachant que ce sont les femmes qui valorisent le plus cette dimension pour leur réalisation personnelle. Les résultats semblent également indiquer que la surestimation féminine de la sphère privée – familiale – mènent les femmes à sentir plus que les hommes un conflit qui se joue entre le rôle professionnel et le rôle familial. D'autre part, les femmes manifestent un plus grand besoin d'auto-contrôle/supervision que les hommes et aspirent à investir plus de temps dans les activités de loisirs. Finalement, la manière comme les individus représentent la réalisation personnelle des hommes et des femmes est en rapport avec la manière comme ils évaluent les idéaux de réalisation traditionnels et non traditionnels. Ainsi, il semble que les théories développées au XIX^{ième} siècle pour justifier le maintien des femmes au foyer, demeurent dans l'actualité, et servent de base aux représentations sociales des rôles masculins et féminins et de leur réalisation personnelle, ce qui contribue pour l'entretien des inégalités entre les hommes et les femmes dans la société (Poeschl, 2001-2).

Abstract

Currently, men and women participate in the public and private spheres. However, the ideology of femininity, developed to justify the inequalities between the sexes that emerged out of the changes produced by the Industrial Revolution (the private sphere attributed to women, taking care of the children and the home, and the public sphere attributed to men, assuming the role of breadwinner), seems to continue to exert influence on the ideals of life of men and women. In order to examine this apparent paradox, in the present investigation, we intended to discover the social representation of self-realization of men and women, as well as the representation attributed to ingroup and outgroup members. For such, two studies have been conducted, the first, exploratory, aims to catch the semantic field associated with the concept of self-realization, the second, carried out through opinion questionnaires, aims to evaluate the structure of the representation of self-realization and to analyse the effect of the sex of belonging and the civil state on the formed representations. Our results show us that, when group belonging becomes salient, that is, sexual, the social representation of self-realization is congruent with sex stereotypes, attributing the public sphere to man and the private sphere to woman. Conversely, when personal identity is salient, men and women only differ in the importance attributed to the familiar sphere, being the women who more value this dimension for their self-realization. The results also seem to indicate that the feminine overvaluation of the private sphere – familiar – results in the women experiencing, more than men, a conflict between professional and familiar roles. On the other hand, women reveal greater self-monitoring necessity than men and desire to invest more time in leisure activities. Finally, subjects' representation of self-realization of men and women is related with the manner in which they evaluate the traditional and non-traditional ideals of realization. Thus, it seems that the theories developed in XIX century in order to justify the maintenance of women at home, continue, currently, to serve as a basis for the social representations of the masculine and feminine roles and their self-realization, contributing for the maintenance of the inequalities between men and women in society (Poeschl, 2001-2).

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que, com o seu apoio, contribuíram para a realização deste trabalho, em particular...

À minha orientadora, Professora Doutora Gabrielle Poeschl, pela sua dedicação, apoio, encorajamento e presença constante nas dificuldades, que com excepcional competência me supervisionou e transmitiu saber.

Aos meus professores, Professor Doutor José Marques e Mestre Miguel Cameira, pela exímia e motivante transmissão de conhecimento ao longo das aulas.

A todas as pessoas que prestavelmente colaboraram na distribuição e recolha dos questionários e a todos aqueles que amavelmente responderam.

Às minhas amigas e colegas de mestrado, pela vivência comum desta experiência, partilha de emoções e angústias, me souberam compreender e apoiar nos momentos mais difíceis, em especial à Cláudia, à Carla e à Eunice.

Ao Rui e à minha família por todo o suporte emocional e carinho.

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| INTRODUÇÃO | 9 |
| CAPÍTULO I – A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS..... | 12 |
| 1.1. Introdução | 13 |
| 1.2. A Noção de Representação Social..... | 13 |
| 1.3. As Funções das Representações Sociais | 18 |
| 1.4. Formação das Representações Sociais..... | 20 |
| 1.4.1. <i>Objectivação</i> | 21 |
| 1.4.2. <i>Ancoragem</i> | 23 |
| 1.4.2.1. <i>Ancoragem sociológica</i> | 25 |
| 1.4.2.2. <i>Ancoragem psicológica</i> | 26 |
| 1.4.2.3. <i>Ancoragem psico-sociológica</i> | 26 |
| 1.5. Conclusão | 28 |
| CAPÍTULO II – O CONCEITO DE REALIZAÇÃO PESSOAL | 29 |
| 2.1. Definição do Conceito | 30 |
| 2.2. Teorias da Motivação para a Realização | 31 |
| 2.2.1. <i>Murray</i> | 31 |
| 2.2.2. <i>McClelland</i> | 32 |
| 2.2.3. <i>Atkinson</i> | 33 |
| 2.2.4. <i>Weiner</i> | 34 |
| 2.2.5. <i>Maslow</i> | 34 |
| 2.3. Breve Perspectiva Histórica sobre a Evolução dos Ideais de Realização | 36 |
| 2.3.1. <i>A Esfera Privada</i> | 36 |
| 2.3.1.1. <i>Amor, Sexualidade e Casamento</i> | 36 |
| 2.3.1.2. <i>O Belo Sexo</i> | 44 |
| 2.3.1.3. <i>A Família</i> | 48 |
| 2.3.2. <i>A Esfera Pública</i> | 54 |
| 2.3.2.1. <i>O Mundo do Trabalho</i> | 54 |
| 2.3.2.2. <i>Lazer e Tempo Livre</i> | 58 |
| 2.4. Conclusão | 61 |
| CAPÍTULO III – METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO..... | 62 |
| 3.1. Objectivos | 63 |
| 3.2. Grupos Seleccionados..... | 64 |
| 3.3. Estudos..... | 64 |
| 3.3.1. <i>Estudo 1 - Estudo Exploratório</i> | 64 |
| 3.3.2. <i>Estudo 2</i> | 67 |
| CAPÍTULO IV – ESTUDO 1 – ESTUDO EXPLORATÓRIO..... | 70 |
| 4.1. Objectivos | 71 |
| 4.2. Método..... | 71 |
| 4.2.1. <i>Amostra</i> | 71 |
| 4.2.2. <i>Questionário e Procedimento</i> | 71 |
| 4.2.3. <i>Desenho Experimental</i> | 72 |
| 4.3. Resultados e Discussão..... | 72 |
| 4.3.1. <i>Análise Descritiva</i> | 72 |

| | |
|---|------------|
| 4.3.2. <i>Análise da Semelhança</i> | 74 |
| 4.3.3. <i>Análise de Conteúdo</i> | 75 |
| 4.3.3.1. Dimensão Pessoal | 75 |
| 4.3.3.2. Dimensão Social | 76 |
| 4.3.3.3. Dimensão Familiar | 77 |
| 4.3.3.4. Dimensão Material | 78 |
| 4.3.3.5. Dimensão Profissional | 79 |
| 4.3.3.6. Dimensão Afectiva | 80 |
| 4.3.3.7. Dimensão Lazer | 80 |
| 4.3.4. <i>Análise Dimensional</i> | 81 |
| 4.4. Conclusão | 84 |
| CAPÍTULO V – ESTUDO 2 | 85 |
| 5.1. Objectivos e Hipóteses | 86 |
| 5.2. Método | 87 |
| 5.2.1. <i>Amostra</i> | 87 |
| 5.2.2. <i>Questionário e Procedimento</i> | 88 |
| 5.2.3. <i>Análise dos Dados</i> | 91 |
| 5.3. Resultados e Discussão | 91 |
| 5.3.1. <i>Representação da Realização Pessoal e Ancoragem Sociológica</i> | 91 |
| 5.3.1.1. Dimensão Familiar e Afectiva | 95 |
| 5.3.1.2. Dimensão Material e de Estatuto Social | 95 |
| 5.3.1.3. Dimensão Interpessoal | 96 |
| 5.3.1.4. Dimensão Afirmção Profissional e Pessoal | 97 |
| 5.3.1.5. Dimensão Intrapessoal | 97 |
| 5.3.1.6. Dimensão Direitos e Lazer | 98 |
| 5.3.1.7. Semelhança de Opinião com o Endogrupo e com o Exogrupo | 98 |
| 5.3.1.8. Nível de Realização Pessoal | 100 |
| 5.3.2. <i>Ancoragem Psicológica</i> | 101 |
| 5.3.2.1. Valores e Prioridades | 101 |
| 5.3.2.2. Aspirações | 105 |
| 5.3.2.3. Crença na Existência de Diferenças entre os Sexos | 109 |
| 5.3.3. <i>Emoções Despertadas pelas Personagens Tradicionais e não Tradicionais</i> | 110 |
| 5.4. Conclusão | 114 |
| CAPÍTULO VI – CONCLUSÕES | 117 |
| BIBLIOGRAFIA | 121 |
| ANEXOS | 131 |
| ANEXO 1 – Questionário Estudo 1: Realização Pessoal dos Homens | 132 |
| ANEXO 2 – Questionário Estudo 1: Realização Pessoal das Mulheres | 134 |
| ANEXO 3 – Dimensões da Realização Pessoal: Solteiros vs. Casados | 136 |
| ANEXO 4 – Realização Pessoal: Solteiros vs. Casados | 138 |
| ANEXO 5 – Questionário Estudo 2 | 140 |
| ANEXO 6 – Correlações: Dimensões da realização pessoal, semelhança de opinião, nível de realização, valores e prioridades, aspirações e crença nas diferenças | 148 |
| ANEXO 7 – Correlações: Dimensões da realização pessoal e emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais | 150 |

ÍNDICE DE QUADROS

| | | |
|-----------|--|-----|
| Quadro 1 | Distribuição dos sujeitos pelas condições experimentais | 72 |
| Quadro 2 | Realização Pessoal: Fluidez, Amplitude e Riqueza dos campos semânticos. | 73 |
| Quadro 3 | Realização Pessoal: Fluidez, Amplitude e Riqueza dos campos semânticos. | 74 |
| Quadro 4 | Semelhança dos campos semânticos segundo o índice de Ellegard. | 74 |
| Quadro 5 | Dimensão Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 75 |
| Quadro 6 | Dimensão Social: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 77 |
| Quadro 7 | Dimensão Familiar: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 78 |
| Quadro 8 | Dimensão Material: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 79 |
| Quadro 9 | Dimensão Profissional: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 79 |
| Quadro 10 | Dimensão Afectiva: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 80 |
| Quadro 11 | Dimensão Lazer: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos. | 81 |
| Quadro 12 | Dimensões da Realização Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado quando significativos. | 81 |
| Quadro 13 | Dimensões da Realização Pessoal. Análise Factorial de Correspondências. | 83 |
| Quadro 14 | Realização Pessoal: Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão. | 92 |
| Quadro 15 | Realização Pessoal. Médias em função do Alvo de descrição, do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=nada importante; 7=muito importante). Análise da variância. | 94 |
| Quadro 16 | Valores e Prioridades. Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão. | 102 |
| Quadro 17 | Valores e Prioridades: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente). Análise da variância. | 104 |
| Quadro 18 | Aspirações. Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão. | 106 |
| Quadro 19 | Aspirações: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente). Análise da variância. | 107 |
| Quadro 20 | Crença na existência de diferenças entre os sexos: Saturação, média e desvio-padrão. | 109 |
| Quadro 21 | Crença na existência de diferenças entre os sexos: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente). | 109 |
| Quadro 22 | Emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais: Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão. | 111 |
| Quadro 23 | Emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais: Médias em função do Alvo de descrição (1=nada forte; 7=muito forte). | 112 |

INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO

O conceito de realização pessoal é um conceito bastante antigo, pode mesmo dizer-se que surgiu com o pensamento humano. Desde sempre os homens se questionaram sobre o que é a felicidade, o que faz o ser humano feliz, realizado? Mas ao contrário do termo felicidade, a realização pessoal compreende uma componente voluntária e de acção pessoal do ser humano, depende do comportamento orientado no sentido de alcançar esse ideal de vida que nos fará realizados. De facto, para algumas correntes da psicologia a realização pessoal ou a necessidade de realização constitui uma das necessidades humanas fundamentais (cf. Murray, 1938; Maslow, 1954; McClelland, 1961), que, enquanto motivo que impulsiona a acção, tem um papel determinante no estabelecimento da intensidade e direcção do comportamento.

Apesar das ideias de Felicidade ou de Realização Pessoal parecerem ideias universais, elas evoluíram através do tempo, modificaram-se, traduzindo a adaptação dos indivíduos às mudanças sociais (cf. Flament, 1989). A história mais recente revela que os destinos dos homens e das mulheres têm sido marcados por uma imiscibilidade de papéis. A esfera privada tem sido atribuída às mulheres, cuidando dos filhos e da casa, e a esfera pública aos homens, assumindo o papel de ganha-pão, de sustento da família. Esta distribuição de papéis parece ter orientado os ideais de realização pessoal dos homens e das mulheres. Com efeito, apesar dos finais do século XX terem contribuído para a evolução da situação das mulheres, as mentalidades não acompanharam sempre as evoluções, e, muitas vezes, legitimaram as práticas tradicionais, traduzindo as posições desiguais dos homens e das mulheres na sociedade e contribuindo para a sua manutenção.

No intuito de esclarecer a aparente discrepância entre a evolução legal dos direitos das mulheres e a resistência à mudança das práticas tradicionais, e, de contribuir para uma melhor compreensão dos factores que promovem a desigualdade entre homens e mulheres nas esferas pública e privada, o presente estudo incidiu sobre as representações sociais da realização pessoal dos homens e das mulheres.

A estrutura do nosso trabalho compreende seis capítulos. No capítulo I fazemos o enquadramento teórico através da referência à Teoria das Representações Sociais, referindo a noção de representação social, as funções desempenhadas pelas representações sociais e os processos de formação das representações sociais – objectivação e ancoragem.

No capítulo II procuramos definir o objecto do nosso estudo – a realização pessoal. Apresentamos a definição do conceito de realização pessoal, algumas das teorias da psicologia que abordaram o conceito, e, uma breve revisão histórica da evolução dos ideais de realização nas esferas pública e privada.

O capítulo III descreve a metodologia utilizada na realização dos estudos empíricos e os objectivos da investigação.

Os capítulos IV e V dizem respeito à investigação empírica propriamente dita. O capítulo IV apresenta o Estudo 1, de carácter exploratório, destinado a identificar o universo semântico associado ao conceito da realização pessoal, os resultados das diversas análises efectuadas e as respectivas conclusões.

O capítulo V apresenta o Estudo 2 destinado a investigar as representações sociais da realização pessoal, analisando as variações que provêm do posicionamento dos indivíduos em função dos seus grupos de pertença. Os resultados são apresentados de acordo com as partes do questionário e os objectivos do estudo: (1) representações da realização pessoal e ancoragem sociológica; (2) ancoragem psicológica; (3) emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais de género. Apresentamos ainda as conclusões do estudo.

Por último, o capítulo VI expõe as conclusões gerais do trabalho.

CAPÍTULO I

A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

CAPÍTULO I

A TEORIA DAS REPRESENTAÇÕES SOCIAIS

1.1. Introdução

O estudo das representações sociais, como movimento teórico na Psicologia Social, surgiu com a publicação, na década de 60, da obra de Moscovici *La psychanalyse, son image et son public* (Moscovici, 1961, 1976), coincidindo com o nascimento de uma Psicologia social europeia.

É no quadro de um novo paradigma, a que Vala (1993) denominou de *orquestra de jazz*, que se vai estruturar o conceito e a teoria das representações sociais. Este paradigma articula a ideia de um sujeito-actor indissociável dos seus laços sociais. Segundo este paradigma, as representações sociais, enquanto teorias sociais práticas relativas a objectos e problemas sociais específicos e relevantes na vida dos grupos (Jodelet, 1989), alimentam e são produzidas no quadro de uma interdependência triádica em que a relação de um *sujeito* (indivíduo ou grupo) com um *objecto* é sempre mediada pela intervenção de um *alter* (indivíduo ou grupo).

Neste capítulo procuramos clarificar a noção de representação social, situando-a no âmbito da Psicologia Social cognitiva enquanto fenómeno de construção da realidade, que resulta de um processo de comunicação entre os actores sociais (secção 1.2), e desempenha funções específicas na vida dos grupos (secção 1.3). De seguida, descrevemos os processos de objectivação e de ancoragem que intervêm na formação destas estruturas cognitivas (secção 1.4.).

1.2. A Noção de Representação Social

Com o intuito de tentar compreender como uma teoria científica é apropriada, transformada e utilizada pelo homem comum, Moscovici partiu da noção de representação colectiva proposta pelo sociólogo Emile Durkheim e desenvolveu o conceito de representação social (Moscovici, 2001).

Durkheim (1898, 1996) considerava existirem duas fontes de influência sobre a maneira de pensar e agir dos indivíduos: a consciência individual, organizada por representações individuais, e a consciência colectiva, constituída de representações colectivas. As representações colectivas seriam crenças e sentimentos comuns aos membros de uma sociedade fruto da vida social, isto é, resultantes das acções e reacções

entre as consciências individuais, mas ao mesmo tempo, constituiriam um sistema de pensamento autónomo dos pensamentos individuais, que por sua vez, determinariam o modo como os indivíduos pensam, sentem, representam o mundo e comunicam entre si (Poeschl, 2003a). As representações colectivas impor-se-iam aos indivíduos, mesmo não tendo estes consciência delas, ou sobretudo porque não têm delas consciência, exercendo um constrangimento sobre as suas consciências individuais (Castro, 2002; Poeschl, 2003a). Assim, as representações colectivas permitiriam afirmar o primado do social sobre o individual (Herzlich, 1972).

Para Moscovici (1961, 1976) esta noção teria dificuldade em dar conta do facto de nas sociedades actuais coexistir uma grande pluralidade de entendimentos e modos de organização do pensamento. A noção de representação colectiva permitia compreender as uniformidades e regularidades do pensamento social, mas ao mesmo tempo, era insuficiente para dar conta da diversidade e da criatividade das sociedades modernas, caracterizadas pelo seu pluralismo e pela rapidez das suas mudanças, nas quais coexistem múltiplas representações de um mesmo objecto social (Poeschl, 2003a). Para Moscovici (1984), ao contrário das representações colectivas propostas por Durkheim, a noção de representação social possuiria um carácter dinâmico: “estas representações têm a sua própria vida, circulam e fundem-se ... permitindo o nascimento de novas representações, à medida que outras morrem” (p.13).

Moscovici refere ainda que, enquanto as representações colectivas constituem um objecto explicativo (*explanatory device*), e se referem a uma classe geral de ideias e crenças (ciência, mito, religião, etc.), as representações sociais são um fenómeno que precisa de ser descrito e explicado. Elas constituem um fenómeno específico que está relacionado com um modo particular de compreender e comunicar – um modo que cria tanto a realidade como o senso comum (Moscovici, 2001).

Para estudar as representações sociais Moscovici (1982, *cit. in* Vala, 1986) propõe um novo enfoque metodológico, assente numa tripla perspectiva: (a) deslocar o estudo das relações sujeito-objecto para o estudo dos elos interpessoais e sociais, isto é, para o estudo da comunicação e da interacção social; (b) pôr fim à separação entre processos e conteúdos; e, (c) inverter o papel tradicionalmente conferido ao laboratório e à observação e estudar as representações em contextos sociais, comparando grupos, culturas, mentalidades e ideologias.

Assim, enquanto que para a psicologia clássica a representação corresponde ao processo de mediação entre o conceito e a percepção, entre o estímulo e a resposta, é “o reflexo interno de uma realidade externa, reprodução conforme no espírito do que se encontra fora do espírito”, para Moscovici “não há corte entre o universo interior e o universo exterior do indivíduo” (Moscovici, 1969, p.9 *cit. in* Vala, 2000). Na medida em que a representação é sempre a representação de *alguma coisa* (Grize, 1989, p.153), ela exprime a relação de um sujeito com um objecto, relação esta que envolve uma actividade de construção e de simbolização. Esta concepção da representação pressupõe a ideia de um sujeito autor e actor (Piaget, 1926-1976). Por outras palavras, a representação não é o reflexo de um objecto, não é uma reprodução, mas um produto do confronto da actividade mental de um sujeito e das relações complexas que mantém com o objecto, ela é o processo e ao mesmo tempo o resultado desse processo (Abric, 1987), pois para Moscovici (1961, 1976), conteúdo e processo são indissociáveis.

As representações sociais ocupam assim uma posição alçures entre os conceitos (*concepts*), que têm por objectivo extrair significado do mundo e introduzir ordem, e os perceptos (*percepts*), que reproduzem o mundo de uma forma significativa. É neste sentido que elas possuem duas faces interdependentes: a icónica e a simbólica (Moscovici, 2001).

Para Moscovici as representações de que se vai ocupar não são colectivas, impondo-se às pessoas por via da organização da sociedade, são antes representações constituídas no nosso universo interior, presentes nos indivíduos, mas com características que nos autorizam também a chamar-lhes sociais: o facto de serem expressas por grupos sociais; o facto de serem formadas colectivamente; e, por contribuírem para os processos de formação dos comportamentos e de orientação das comunicações sociais (Castro, 2002). Jaspars e Fraser (1984) referem ainda que as representações são sociais porque lidam com a realidade social sobretudo na estrutura social e sentido cultural, têm uma origem social, e, ao serem largamente partilhadas, tornam-se parte da própria realidade social. “Elas são sociais porque são partilhadas por muitos indivíduos e como tal constituem uma realidade social que pode influenciar o comportamento individual” (Jaspars & Fraser, 1984, p. 104).

Para Codol (1984), “o que permite qualificar estas representações de sociais, são menos os seus suportes individuais ou grupais, mas o facto delas serem elaboradas no seio de um processo de trocas e interacções” (p. 251). Com efeito, os indivíduos e grupos, longe de serem receptores passivos, eles pensam por eles próprios, produzem e comunicam incessantemente as suas representações e as soluções para as questões que eles próprios

colocam. Nas ruas, nos cafés, nos escritórios, hospitais, laboratórios, etc., as pessoas analisam, comentam e elaboram “filosofias” que têm um impacto decisivo nas suas relações sociais, nas suas escolhas, na forma como educam os seus filhos, fazem planos para o futuro e por aí adiante (Moscovic, 2001). É através da troca de opiniões e ideias que elas tomam forma e adquirem uma significação. “É de uma maneira não consciente, sob a influência dos media, das relações que as pessoas entretêm com especialistas ou, mais simplesmente, através das conversas, que as representações sociais se elaboram” (Poeschl, 1992, p.86). De facto, as representações sociais não são apenas veiculadas mas criadas pela comunicação, elas são “um conjunto de conceitos, de declarações e explicações que encontram a sua origem na vida quotidiana, no seio das comunicações entre os indivíduos” (Moscovici, 1981, p.181).

Assim, as representações produzidas pelo pensamento social ou “natural” são representações de objectos socialmente importantes e controversos, que resultam não de um tratamento científico da informação, mas sim da interacção social (Poeschl, 2003a). Elas não têm por objectivo fazer progredir a ciência ou transmitir informação correcta, mas de “estar ao corrente” (Moscovici, 1961, 1976, p.53). Elas são antes, “uma forma de conhecimento, socialmente elaborada e partilhada, que tem um objectivo prático e concorre para a construção de uma realidade comum a um conjunto social” (Jodelet, 1984, p.36), elas são “uma modalidade de conhecimento particular, expressão específica do pensamento social” (Herzlich, 1972, p.181).

Na medida em que as representações sociais são decorrentes do processo de comunicação, diferentes processos de comunicação podem conduzir a diferentes formas de representação (Poeschl, 2003a). No seu estudo sobre a psicanálise, Moscovici (1961, 1976), analisou três tipos de publicações concluindo que cada uma delas concretizava uma modalidade diferente de comunicação: a difusão, a propagação e a propaganda. Na *difusão* o esforço principal do emissor é o de estabelecer uma relação de equivalência com o seu público. Os jornais e revistas caracterizados segundo esta modalidade pertencem à imprensa generalista, de grande audiência, e assumem-se como órgãos de transmissão de um saber comum que é necessário partilhar. As comunicações limitam-se a transmitir informações recebidas por parte de especialistas, tendo como principal objectivo criar um saber comum, procurando adaptar-se aos interesses do seu público urbano-liberal. Por seu lado, a *propagação* é a forma de comunicação do meio católico. O seu objectivo é exercer pressão para a uniformidade, tentando encontrar um denominador comum abrangente entre

as bases do catolicismo e as da psicanálise no sentido de encontrar uma visão da psicanálise que se ajuste às normas do grupo. A *propaganda* é o processo de comunicação do meio comunista. O grupo procura salientar a incompatibilidade entre a sua própria visão do mundo e a visão dos defensores da psicanálise. De acordo com Moscovici, a propaganda surge aquando da existência de um conflito que é susceptível de ameaçar a identidade de um grupo e a unidade da sua representação do real. Ela desempenha uma função reguladora e procura o restabelecimento da identidade do grupo. A propaganda surge então como a modalidade de comunicação de um grupo em situação conflitual e visa a acção. Estas três modalidades de comunicação estariam associadas com a formação das opiniões, atitudes e estereótipos, respectivamente (Doise, 1989; Poeschl, 2003a; Castro, 2002).

A estrutura interna da representação social é constituída por três dimensões: a *informação* – refere-se à soma de conhecimentos que um grupo possui acerca de um objecto social, a sua quantidade e a sua qualidade; o *campo de representação* – corresponde à organização ou estruturação dos elementos da representação. Inclui julgamentos, afirmações, relações com indivíduos ou grupos e varia de um grupo para outro; e a *atitude* – diz respeito à orientação global, positiva ou negativa, em relação ao objecto de representação, que se manifesta por uma tomada de posição directa ou implícita (Poeschl, 2003a).

A atitude é a mais frequente das três dimensões, e provavelmente a primeira, na medida em que pode existir mesmo nos casos em que a informação é reduzida e o campo de representação pouco organizado (cf. Herzlich, 1972). Assim, pode-se dizer que representamos uma coisa apenas depois de termos tomado uma posição acerca dela e que a representação é formada em função dessa posição (Poeschl, 2003a).

Apesar do processo de representação ser semelhante em todos os grupos, o resultado do processo, isto é, o conteúdo da representação formada difere em função dos grupos sociais (Poeschl, 2003a). Moscovici (1961, 1976) enuncia três condições que, afectando a formação de uma representação social, podem estar associados à pluralidade das representações de um mesmo objecto social. Esses factores são:

(a) a *dispersão da informação* relativa aos objectos do nosso meio ambiente. Na medida em que a informação é geralmente insuficiente e ambígua, haverá sempre um desfasamento entre informação disponível e aquela que seria necessária para fundar a apropriação do objecto. Por outro lado, o acesso dos indivíduos à informação não é

aleatório, mas socialmente regulado, assim, a informação distribui-se de forma desigual de grupo para grupo.

(b) a *focalização* dos indivíduos e dos grupos em diferentes aspectos do meio, em função dos seus interesses, posições sociais, códigos e valores;

(c) a *pressão para a inferência*, condição que refere a necessidade de dar resposta às solicitações do meio, de emitir opiniões, de fornecer juízos e explicações (Vala, 1986).

Se a necessidade de uniformidade leva a uma adesão sobre o que são os elementos do objecto relevantes para o grupo, ela leva também, segundo um processo semelhante ao de assimilação e de contraste (Sherif & Hovland, 1961, *cit. in* Poeschl, 2003a), a uma adesão sobre o que são os elementos antagonistas que se associam aos outros grupos (Doise, 1990). Com efeito, no pensamento social, tal como no pensamento individual, são accionados dois sistemas cognitivos: o *sistema operativo* – que procede a associações, inclusões, discriminações e deduções; e um *metassistema de controlo* – que verifica a matéria produzida pelo primeiro. As relações que constituem o metassistema do pensamento social são relações normativas: as opiniões formadas durante a reflexão são influenciadas por relações de comunicação mantidas com um interlocutor, real ou simbólico, que indicam quais são as operações autorizadas em função dos valores do grupo de pertença, e quais são as operações proibidas – associadas a valores do outro grupo (Poeschl, 2003a).

As representações sociais sendo marcadas pelas características dos grupos onde são formadas, tornam-se atributos dos grupos, traduzindo e contribuindo para a manutenção da estrutura social. Podendo parecer arbitrário, o pensamento social tem como lógica subjacente manter a coerência do sistema de pensamento dos grupos - as representações são formadas para responder a relações sociais específicas e para desempenhar funções específicas (Poeschl, 2003a).

1.3. As Funções das Representações Sociais

Podem ser apontadas quatro grandes funções das representações sociais (cf. Vala, 1986; Poeschl, 2003a).

A primeira função diz respeito à transformação do estranho, não familiar, em familiar (Moscovici, 2001). Para Moscovici, as representações sociais enquanto sistemas de valores, ideias e práticas têm uma dupla função:

“First of all they have the function to establish an order which enables individuals to orientate themselves in their material and social world and to master it, and secondly, they enable communication to take place among members of a community by providing them with a code for social exchange and a code for naming and classifying unambiguously the various aspects of their world and their individual and group history” (Jaspars & Fraser, 1984, p.102).

Por outras palavras, as representações sociais têm por função transformar conceitos abstractos em saberes familiares e criar um saber comum que possibilita a comunicação (Poeschl, 2003a), isto é, atribuir um sentido ou a organização significativa do real (Vala, 2000).

“Representations are actually a means of strategic adaptation to reality inasmuch as they invest the reality with a meaning, so that it is consistent with the individual’s whole cognitive and ideological universe. The processes brought into action by the representation – that is, interpretation, categorization, anticipation – are all strategic tools for maintaining the subject’s internal equilibrium in the face of a changing and varied environment” (Abric, 1982, p. 92-93).

Esta função é visível no estudo da psicanálise (Moscovici, 1961, 1976) onde, uma vez tornados familiares os conceitos propostos por Freud, as pessoas puderam comunicar acerca dos objectos dessa teoria.

A segunda função refere-se à adaptação dos conceitos às normas e aos valores do grupo, de maneira a justificar as formas de pensamento, os comportamentos e as relações existentes com os outros grupos (Poeschl, 2003a). Por outras palavras, as representações sociais, enquanto modos de conhecimento ou teorias, desempenham uma função de explicação e de argumentação (Vala, 1986). Como afirmam Moscovici e Hewstone (1984), o que caracteriza o modo de funcionamento de uma representação é a transformação quase automática da avaliação em descrição e da descrição em explicação. É neste sentido que as atribuições sociais não podem ser vistas simplesmente como o produto de uma lógica de recolha e tratamento da informação, mas como o resultado de teorias implícitas sobre um problema (Vala, 1986).

Por exemplo, Herzlich (1969, *cit. in* Vala, 1986) no estudo sobre as representações da saúde e da doença constatou que as categorias que permitem a apreensão da saúde e da doença são também categorias explicativas: interno/externo; são/doente; natural/artificial; indivíduo/sociedade.

Uma terceira função das representações é a da diferenciação social. Para Mugny e Carugati (1985), as representações sociais desempenham uma dupla função: “por um lado a construção de um universo social mentalmente inteligível e coerente, e por outro lado a elaboração de uma identidade social e pessoal gratificante, isto é, compatível com os sistemas de normas e valores social e historicamente determinados” (p.183). Se a especificidade da situação de cada grupo social contribui para a especificidade das suas representações, a especificidade das representações contribui, por sua vez, para a diferenciação dos grupos e responde à sua procura de uma identidade positiva (Vala, 1986). Assim, as representações mudam em função das experiências sociais dos sujeitos, para dar sentido aos acontecimentos e justificar as suas condutas, como foi evidenciado por Mugny e Carugati (1985) num estudo sobre as representações sociais da inteligência.

A quarta função diz respeito à orientação das atitudes, dos comportamentos e das relações com os outros grupos, isto é, ao papel que as representações sociais desempenham na organização dos comportamentos e comunicações (Poeschl, 2003a; Vala, 1986). Assim, se as relações que existem entre diferentes grupos modulam a forma como cada um se apropria do objecto social, a forma como cada grupo integra o objecto, e depois o utiliza, contribui, por sua vez, para influenciar as relações sociais. “Les systèmes de classification ne se limitent pas à poser des “étiquettes” sur les objets ou des individus mais permettent avant tout d’interpréter les caractéristiques, les intentions et les mobiles des gens, en fait de se former une opinion” (Poeschl, 1992, p.112).

Esta função das representações sociais é exemplificada, por exemplo, pelo estudo de Jodelet (1984, 1986) que mostra como a tipologia da loucura elaborada por camponeses franceses determina as práticas que eles adoptam com os doentes, e, pelo estudo realizado por Abric (1984) que verifica experimentalmente que as estratégias adoptadas pelos indivíduos em situação de jogo são mais influenciadas pela representação do parceiro do que pelo seu comportamento efectivo.

1.4. Formação das Representações Sociais

Segundo Moscovici, para se transformar o estranho em familiar é necessário colocar em acção dois mecanismos do pensamento. O primeiro mecanismo procura ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e imagens, colocá-las num contexto familiar. Assim, por exemplo, uma pessoa religiosa procura relacionar uma nova teoria ou o

comportamento de um estranho com uma escala de valores religiosos. O propósito do segundo mecanismo é objectivar essas ideias, isto é, tornar algo de abstracto em algo concreto, transferir o que existe na mente em algo que existe no mundo físico. Assim, estes mecanismos transformam o não familiar em familiar, o primeiro transferindo-o para a nossa esfera particular onde somos capazes de comparar e interpretar, o segundo reproduzindo-o entre as coisas que podemos ver e tocar e assim controlar (Moscovici, 2001). Em suma, os processos de objectivação e ancoragem explicam o modo como o social transforma um conhecimento em representação e como essa representação transforma o social (Moscovici, 1961, 1976).

Apesar destes processos ocorrerem em simultâneo e não poderem ser dissociados, para uma melhor compreensão do seu modo de funcionamento são apresentados separadamente.

1.4.1. Objectivação

A objectivação constitui um processo que permite transformar uma noção abstracta numa realidade concreta, externa e observável, tornando-se desta forma controlável. Segundo Moscovici (1961, 1976) objectivar significa descobrir o aspecto icónico duma ideia mal definida, isto é, reproduzir um conceito numa imagem. Assim, a objectivação diz respeito à forma como se organizam os elementos constituintes da representação e ao percurso através do qual tais elementos adquirem materialidade e se tornam expressões de uma realidade pensada como natural (Vala, 2000).

O processo de objectivação comporta três fases (Moscovici, 1981):

a) a *fase de selecção*, na qual os elementos susceptíveis de serem facilmente visualizados são seleccionados a partir da quantidade de palavras que circulam à volta do objecto. Este processo não é neutro ou aleatório, tendo subjacente normas e valores. As representações originárias deste processo são uma expressão do pensamento sociocêntrico (Piaget, 1951, *cit. in* Vala, 2000), na medida em que exprimem e servem interesses e valores grupais.

b) a *fase de organização*, na qual os elementos seleccionados são condensados, organizados numa imagem sucinta e coerente que reproduz de forma visível o objecto, a que Moscovici (1961, 1976) chama de núcleo ou esquema figurativo da representação. É desta forma que os grupos sociais constroem as suas concepções acerca de um dado objecto social, dando expressão e sentido ao real.

c) a *fase de naturalização*, na qual a imagem formada é separada do conceito inicial, tornando-se uma entidade objectiva e observável na realidade. Uma vez adoptado um determinado núcleo figurativo, as palavras que o constituem dão origem a fórmulas e clichés que podem ser exploradas em diferentes situações sociais (Poeschl, 2003a). A imagem perde o seu carácter de símbolo, tornando-se a realidade: “o percebido é substituído pelo concebido do qual é uma extensão lógica. Assim, por um género de imperativo lógico, em vez de ser elementos do pensamento, as figuras tornam-se elementos da realidade” (Moscovici, 1981, p.200). Não só o abstrato se torna concreto através da sua expressão em imagens e metáforas, como o que era percepção se torna realidade, tornando equivalentes a realidade e os conceitos (Vala, 2000).

Sintetizando, analisar o processo de objectivação consiste em identificar os elementos que dão sentido a um objecto, a sua selecção de um conjunto mais vasto de elementos, as relações entre esses conceitos (reconstrução de um esquema), a sua figuração e as modalidades que assume a sua naturalização (Vala, 2000).

O processo da objectivação constitui o objecto de estudo da corrente de investigação sobre as representações sociais da Escola de Provença. Segundo esta corrente, uma representação social é “um conjunto organizado de cognições relativas a um objecto, partilhadas pelos membros de uma população homogénea relativamente a este objecto” (Flament, 1994a, p.37, *cit. in* Poeschl, 2003a).

A “teoria do núcleo central” (por exemplo: Abric, 1984, 1989) parte da hipótese de que uma representação social é organizada à volta de um ou de vários elementos cognitivos fortemente ligados uns aos outros. Para Abric (1994), as representações sociais incluem dois sistemas de significados: o sistema central e o sistema periférico. O sistema central, ou núcleo central, é rígido, coerente e estável, é consensual, define a homogeneidade do grupo e está ligado à sua história colectiva. É ao sistema central que cabe determinar a organização da representação e gerar a significação dos elementos da representação. O núcleo central corresponderia, no trabalho inicial de Moscovici (1961, 1976), aos elementos seleccionados no processo de objectivação para formar o esquema figurativo (Poeschl, 2003a). A adopção pela Escola de Provença de uma denominação diferente da de Moscovici deve-se ao facto de não considerarem que os elementos centrais possuem forçosamente o poder figurativo atribuído por Moscovici no seu estudo sobre as representações da psicanálise (Abric, 1994).

Os elementos do segundo sistema de significados, o sistema periférico, são mais flexíveis, mudam, são sensíveis ao contexto, integram as experiências individuais e é neles que se manifesta a heterogeneidade do grupo. As suas funções são a adaptação contextual da representação e a protecção do núcleo central. Assim, as representações sociais podem incluir divergências individuais ao mesmo tempo que se encontram organizadas em torno de um nó central colectivamente partilhado (Vala, 2000).

A existência destes dois sistemas pode ser ilustrada num estudo sobre as representações sociais do sucesso profissional (Maia, 2000), onde é partilhada, pelos respondentes masculinos e femininos, a ideia do sucesso profissional enquanto persistência, motivação, liderança. Mas, enquanto as mulheres vêm o sucesso profissional como carreira, confiança, dinamismo, esforço, alegria, felicidade, recompensa, sacrifício, respeito, os homens vêm-no enquanto equipa, organização, interesse, trabalho, desenvolvimento, bem-estar, valor, reconhecimento.

Também relativamente à representação social da realização pessoal podemos inferir que hajam alguns elementos mais consensuais, que fazem parte do núcleo central, e outros elementos mais flexíveis que possam ter uma importância diferente consoante os grupos, nomeadamente os grupos sexuais.

1.4.2. Ancoragem

Com o conceito de ancoragem Moscovici pretende referir os processos através dos quais o não-familiar se torna familiar e os processos através dos quais uma representação, uma vez constituída, se torna um organizador das relações sociais (Vala, 2000). Assim, o processo de ancoragem consiste em “permitir a algo de não familiar e de perturbador, que excita a nossa curiosidade, seja incorporado na nossa rede de categorias” (Moscovici, 1981, p.193).

A ancoragem refere-se ao facto de qualquer construção ou tratamento de informação exigir pontos de referência. Quando um sujeito pensa num objecto o seu universo mental não é, por definição, uma tábua rasa, pelo contrário, um objecto novo é pensado por referência a experiências e esquemas de pensamento já estabelecidos (Vala, 2000). É o contacto entre o novo e o sistema de representação preexistente, através de uma operação de redefinição, que torna o objecto compreensível: “this is a process which draws something foreign and disturbing that intrigues us into our particular system of categories and compares it to the paradigm of a category which we think to be suitable” (Moscovici, 2001, p. 42). Por exemplo, no estudo realizado por Jodelet (1984, 1986) sobre a

representação da loucura, os doentes mentais colocados nas vilas pela associação médica foram imediatamente julgados pelos padrões convencionais e comparados a idiotas, vadios, que no dialecto local eram conhecidos por “bredins”¹. Assim, ancorar é classificar e nomear alguma coisa (Moscovici, 2001).

Por outro lado, o conceito de ancoragem refere a função social das representações, a sua eficácia social (Vala, 2000). Uma vez ancoradas, as representações podem ser utilizadas na interacção social, tornando-se instrumentos úteis de comunicação e compreensão. Com efeito, o processo de ancoragem transforma um objecto num saber útil e acessível a todos, conferindo-lhe um valor na compreensão e interpretação de nós próprios e do que nos rodeia (Jodelet, 1984). Assim, este processo desempenha um papel central na emergência de diferentes representações de um mesmo objecto social (Poeschl, 2003a).

A ancoragem é um processo central nos estudos realizados pela Escola de Genebra. A abordagem da Escola da Genebra desenvolveu-se na sequência dum trabalho de definição das representações sociais e de reflexão sobre as técnicas de tratamento de dados vulgarmente utilizadas nos estudos sobre as representações sociais (Poeschl, 2003a).

Esta abordagem das representações sociais procura analisar as causas, condições e consequências das variações nas representações sociais, e analisa os vários níveis de ancoragem dos objectos sociais (Doise, 1992). Esta perspectiva salienta o efeito das ideologias, da posição do grupo na estrutura social, e da vivência individual na formação e expressão das representações (Poeschl, 2003a).

Para Doise (1985), estudar as relações, comunicações e representações sociais na perspectiva da psicologia social obriga a articular as dinâmicas sociais com os processos psicológicos que as acompanham, ou seja, a evidenciar a função das representações na organização das comunicações e das relações sociais. Neste sentido, o autor define as representações sociais como “princípios geradores de tomadas de posição, ligados a inserções específicas num conjunto de relações sociais e organizando os processos simbólicos que intervêm nestas relações” (Doise, 1985, p.246).

Estudar a ancoragem das representações sociais é procurar um sentido para a combinação particular de noções que formam o seu conteúdo. Este sentido não pode ser definido pela simples análise interna dos conteúdos semânticos de uma representação, ele

¹ Pode ser traduzido em Português por malucos, tolos.

refere-se necessariamente a outros significados que governam as relações simbólicas entre os actores sociais. Dito de outra forma, o significado de uma representação social é sempre ancorado em significações mais gerais que intervêm nas relações simbólicas de um dado campo social (Doise, 1992).

A adopção desta definição de representação social levou a Escola de Genebra à elaboração do “modelo em três fases” para o estudo das representações sociais (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992; Doise & Clémence, 1996; Doise, Spini & Clémence, 1999). Este modelo assenta em três passos (cf. Poeschl, 2003a):

(a) O primeiro passo é o estudo da objectivação, isto é, identificar os elementos das representações comuns aos indivíduos e aos grupos estudados, e descrever a forma como estes elementos são organizados. Partimos do princípio que os membros de uma determinada população partilham opiniões comuns sobre determinados objectos sociais, na medida em que as representações são formadas em sistemas de comunicação que necessitam de um quadro de referência comum.

(b) Numa segunda fase é necessário procurar as dimensões sobre as quais os indivíduos apresentam diferenças de posição, uma vez que, apesar dos membros de uma determinada população partilharem quadros de referência comuns, eles podem diferir nas posições que tomam individualmente relativamente ao objecto representado.

(c) Por último, na medida em que as variações inter-individuais são ancoradas em realidades colectivas, e estas ancoragens são variadas, é necessário analisá-las a diferentes níveis. A Escola de Genebra considera três tipos de ancoragem, a ancoragem ao nível sociológico, psicológico e psico-sociológico (Doise, 1992).

1.4.2.1. Ancoragem sociológica

A ancoragem sociológica estuda a relação entre a pertença social dos indivíduos e as variações representacionais, partindo do princípio que inserções sociais partilhadas implicam interações e experiências específicas que modulam as tomadas de posição (Doise, 1992). Os numerosos estudos que comparam os homens e as mulheres pertencem a este nível de análise. Por exemplo, o estudo de Silva e Poeschl (2001-2) sobre as representações das semelhanças e diferenças entre os sexos mostra que, no geral, os homens são vistos como mais dominadores, brincalhões e dinâmicos do que as mulheres, e as mulheres como mais dedicadas aos outros e mais preocupadas com a aparência e com a família do que os homens. Se existe um certo consenso acerca das particularidades masculinas, o efeito do sexo de pertença manifesta-se pelo facto dos respondentes

femininos realçarem a inveja e o sentimento maternal das mulheres, enquanto que os respondentes masculinos percebem as mulheres sobretudo como preocupadas com a aparência e o trabalho doméstico (Silva & Poeschl, 2001-2). Este estudo salienta o efeito de uma outra pertença social, o estado civil. Os respondentes solteiros e casados diferem, principalmente, pelo facto dos casados acharem os homens mais dominadores e as mulheres menos dedicadas do que os solteiros.

A análise da ancoragem sociológica salienta também que, na medida em que cada indivíduo possui vários grupos de pertença, certos grupos servirão de maior número de pontos de ancoragem das opiniões e crenças do que outros (Doise, 1989, p. 229).

1.4.2.2. Ancoragem psicológica

A ancoragem psicológica analisa o elo entre as variações inter-individuais e a adesão a crenças ou valores gerais, procurando evidenciar, nas representações, o impacto das experiências pessoais, de valores, de atitudes ou de crenças, que apesar de serem socialmente geradas, são estudadas enquanto organizações intra ou inter-individuais (Doise, 1992). Consiste assim, em examinar como diferenças individuais, no que se refere a valores ou princípios ideológicos, se repercutem na estruturação ou na saliência de determinadas representações (Vala, 2000). Uma ilustração deste tipo de ancoragem pode-se encontrar nos estudos que procuram evidenciar o efeito da crença na existência de diferenças naturais entre os sexos. Estes estudos mostram, por exemplo, que os indivíduos que acreditam em tais diferenças consideram que os papéis conjugais ideais são os papéis tradicionais, enquanto que os indivíduos que não partilham essa crença julgam que os papéis conjugais ideais são os papéis igualitários (Poeschl & Silva, 2001). Eles revelam também que os indivíduos com elevada crença nas diferenças entre os sexos defendem mais do que os outros o modelo familiar tradicional, desaprovando sobretudo as famílias monoparentais e homossexuais (Poeschl & Pinto, 2001-2).

1.4.2.3. Ancoragem psico-sociológica

A ancoragem psico-sociológica examina se as variações se relacionam com o modo como os indivíduos representam as relações entre os grupos ou categorias sociais relevantes para o objecto. (Doise, 1990; Doise, Clemence & Lorenzi-Cioldi, 1992). Parte do princípio que quando falamos dum objecto social, a comunicação ocorre sempre numa situação que evidencia uma categorização social específica. De acordo com a teoria da autocategorização social (Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987, por exemplo),

autocategorizamo-nos como membros de um dos nossos grupos de pertença e identificamo-nos a este grupo. A motivação para alcançar ou manter uma identidade social positiva (Tajfel, 1972), leva-nos a procurar os atributos que mais diferenciam o nosso grupo do outro e a utilizá-los como âncoras para a representação. Assim, actualizamos um conceito que procura diferenciar os atributos - positivamente avaliados - que se aplicam ao grupo de pertença daqueles que caracterizam o grupo externo (Poeschl, 2003a).

Os estudos sobre as representações da inteligência de Poeschl (1992) ilustram este processo. Eles mostram, por exemplo, que uma comparação entre o homem e a máquina realça a importância da criatividade nas definições da inteligência em geral, ou que uma comparação entre o homem e a mulher reforça a importância do êxito social na definição da inteligência masculina e do charme e da feminilidade na definição da inteligência feminina (cf. também Poeschl, 1999).

Segundo este processo as representações sociais poderão contribuir para a manutenção da ordem social, na medida em que as representações, ao serem formadas num mundo hierarquizado, onde os atributos que diferenciam os grupos não têm o mesmo valor social, reflectem muitas vezes as diferenças de estatuto dos grupos na hierarquia social e participam na manutenção destas posições na sociedade (Doise, 1990).

Em suma, o estudo da ancoragem das representações sociais evidencia as relações que ligam grupos sociais, relações sociais e representações sociais. Este estudo salienta, por um lado, que os grupos sociais formam as suas representações de modo a preservar a identidade positiva do grupo e, por outro lado, que a identificação dos indivíduos a um dos seus grupos de pertença orienta a acessibilidade de certas dimensões do objecto evocado em virtude da sua associação com as categorias sociais salientes na situação. Assim, na formação das representações sociais são importantes não só as vivências dos grupos bem como o contexto em que elas são formadas (Poeschl, 2001).

O facto das categorias e dos grupos sociais com os quais os indivíduos se identificam constituírem os espaços sociais de criação, transformação e aprendizagem de representações sociais (Vala, 2000) tem uma outra consequência: Quando os indivíduos mudam de grupo, por estratégias de mobilidade social, eles também mudam de representações (Viaud, 1999). Estas mudanças de representações traduzem, segundo as teorias da identidade social (Tajfel & Turner, 1986, por exemplo) e da autocategorização social (Turner *et al.*, 1987), uma identificação com o novo grupo de pertença e a subsequente adesão ao sistema de pensamento do grupo. Ao ingressarem no grupo, os

indivíduos seriam pressionados a adoptar as representações sociais normativas veiculadas pelo grupo, destinadas a manter a sua identidade positiva (Maia & Poeschl, no prelo). Os estudos realizados por Maia (2000) sobre as representações sociais do sucesso profissional, junto de quadros do sector privado, quadros do sector público e futuros quadros, permitem verificar esta ideia. Os resultados mostram que o padrão cultural de cada instituição se reflecte nas representações do sucesso profissional dos seus quadros, e que, uma vez ingressados no mercado de trabalho, os futuros quadros vão adoptar as maneiras de pensar características do sector público ou do sector privado (cf. Maia, 2000; Maia & Poeschl, no prelo).

1.5. Conclusão

O conceito de representação social abriu um novo tipo de entendimento sobre a actividade cognitiva e simbólica dos indivíduos nas suas interacções quotidianas. A formação e o funcionamento das representações sociais, enquanto teorias sociais práticas acerca de objectos sociais particulares, tem subjacente dois processos maiores: a objectivação e a ancoragem. A objectivação permite compreender como, no senso comum, as palavras e os conceitos são transformados em coisas, em realidades exteriores aos indivíduos. A ancoragem refere a transformação do não familiar em familiar, um processo que remete para a sociogénese das representações sociais e para a sua funcionalidade. Esta dimensão funcional e prática das representações sociais manifesta-se na organização dos comportamentos, das actividades comunicativas, na argumentação e na explicação quotidiana, e na diferenciação dos grupos sociais (Vala, 2000).

Contudo, para que se formem estas teorias práticas é necessário que o objecto, não só exista, mas que esse objecto seja *interessante e importante* “the world whose objects are neither interesting nor important we treat simply negatively, we brand them as unreal” (James, 1980, p.295, *cit. in* Moscovici, 2001, p.36).

CAPÍTULO II

O CONCEITO DE REALIZAÇÃO PESSOAL

CAPÍTULO II

O CONCEITO DE REALIZAÇÃO PESSOAL

Segundo Moscovici (1961, 1976), para que haja produção de representações sociais é necessário que as pessoas comuniquem acerca de um objecto socialmente importante e controverso. O conceito de realização pessoal constitui um desses objectos que, sendo mal definido (tanto ao nível do senso comum como ao nível científico), é, no entanto, socialmente importante. Com efeito, na sociedade actual, individualista, muitos são os apelos que fazem alusão à temática da realização pessoal: sucesso, prestígio, poder, beleza, saúde, espiritualidade, etc.

2.1. Definição do Conceito

A realização pessoal ou auto-realização pode ser definida como o “passar ao acto das potencialidades do indivíduo; actualização de aptidões, talentos, etc.” (Chaplin, 1981, p.55).

Esta noção remonta à antiguidade. Já Aristóteles, na sua obra *Nicomachean Ethics*, aborda a teoria ética do “eudaimonismo”, segundo a qual “efforts to live in accordance with the *daimon* (or true self), to realize those potentials (self-realization), give rise to a condition termed *eudaimonia*” (Waterman, 1993, p.678). Assim, o *Eudaimonismo* constitui uma teoria ética que convida as pessoas a viverem de acordo com o *daimon* ou “self verdadeiro”. O *daimon* refere-se às potencialidades de cada pessoa, cuja realização representa, na vida, a maior realização possível que a pessoa é capaz. O *daimon* é um ideal de excelência e perfeição que a pessoa deseja alcançar e que confere significado e direcção à sua vida pessoal. Os esforços desenvolvidos de forma a viver de acordo com o *daimon* dão origem a uma condição chamada de *eudaimonia*. A *eudaimonia* seria distinta da felicidade, do hedonismo, na medida em que implica uma vontade e acção pessoal (Waterman, 1993).

Segundo esta perspectiva, a realização pessoal constitui um ideal de vida, um objectivo, uma meta. As metas (*goals*), enquanto “stable, higher-order entities that function as abstract, organizing structures and remain fairly stable over time” (Chulef, Read & Walsh, 2001, p.192), são fundamentais para o comportamento humano, desempenhando um papel central na sua determinação e compreensão.

Devido ao papel crucial que as metas que um indivíduo define – e as interacções entre elas – desempenham na compreensão e na predição do comportamento no qual o

indivíduo se empenha, foram diversas as teorias da psicologia que se debruçaram sobre a temática da realização pessoal, procurando compreender a motivação para a realização.

A motivação é entendida como a “dinâmica do comportamento, interna ao indivíduo, enquanto dirigido para uma meta, objectivo ou incentivo” (Pestana & Páscoa, 1998, p.137), é “toda a manifestação comportamental, explícita (observável) ou implícita (apenas pensada), (...) é a grandeza/vectorial que se define por uma direcção (necessidade e finalidade) e por uma intensidade (pulsão ou impulso) maior ou menor conforme o grau de energia motivacional” (Rodrigues & Pina-Cabral, 1985, p.47).

O comportamento motivado é constituído por diversos “momentos” a que se dá o nome de ciclo motivacional: *necessidade ou carência* – está na origem da motivação e resulta de desequilíbrios homeostáticos; *impulso ou desejo* – constitui o seu carácter energético, que impele; é a consequência psíquica de uma necessidade, a qual representa a intensidade do comportamento motivado; *resposta instrumental* – consiste no conjunto de reacções que o indivíduo executa para atingir o objectivo; *incentivo* – aquilo para que tende o impulso; e, *saciedade* – o fim do processo motivacional, por anulação ou redução da carência e do impulso (Pestana & Páscoa, 1998; Rodrigues & Pina-Cabral, 1985).

As motivações podem ser classificadas em função do tipo de necessidade que as origina. Assim, para Pestana e Páscoa (1998) existem motivações: *inatas* ou *primárias* se são programadas inatamente (fome, sede e outros impulsos homeostáticos); *aprendidas, secundárias* ou *sociais* quando resultam do processo de socialização (sucesso, poder, afiliação); e, *combinadas*, se têm base biológica mas também dependem da aprendizagem (comportamento sexual e maternal).

A investigação sobre a motivação focaliza-se naquilo que determina que tipo de metas as pessoas escolhem e como as implementam, isto é, quando e como o comportamento dirigido para o objectivo é iniciado, se energiza, é mantido ou terminado (Gollwitzer & Brandstätter, 1996). De seguida vamos abordar algumas das teorias que se debruçaram sobre o estudo da motivação para a realização.

2.2. Teorias da Motivação para a Realização

2.2.1. Murray

A teoria da motivação para a realização tem as suas raízes nos trabalhos de H. A. Murray (1893-1988). Este psicólogo norte-americano, inicialmente ligado à psicanálise, construiu uma concepção própria da personalidade, a que chamou personologia. Segundo esta teoria, as necessidades constituem forças internas que organizam e orientam todos os

processos psicológicos, o desenvolvimento e a realização do indivíduo, de forma a reduzir tensões desagradáveis (Pestana & Páscoa, 1998).

Para Murray (1938) a necessidade de realização ou motivação para a realização consiste no “desire or tendency to do things as rapidly and/or as well as possible ... to accomplish something difficult ... and attain a high standard ... to excel” (p.164). É uma necessidade elementar do Eu que pode por si própria desencadear qualquer acção ou ser fundida com qualquer outra necessidade (Pereira, 1980 *cit. in* Maia, 2000).

Murray distingue dois grandes tipos de necessidades: *viscerotónicas ou primárias*, das quais identifica 16, entre as quais: necessidade de alimento, ar, de fuga à dor, etc., e *psicogénicas ou secundárias*, em número de 18, entre as quais: sexo, afiliação, realização, etc. (Pestana & Páscoa, 1998).

A partir desta concepção, mas onde é clara ainda a sua base psicanalítica, constrói, em colaboração, o TAT – *Thematic Apperception Test*, uma das técnicas projectivas de exploração da personalidade (Pestana & Páscoa, 1998).

2.2.2. McClelland

Após Murray, David McClelland foi o autor que se seguiu no estudo da motivação para a realização. McClelland reformulou o Thematic Apperception Test (TAT) para que pudesse ser aplicado na medição das necessidades humanas em contexto de investigação (Weiner, 1996).

McClelland (1961) criou um modelo explicativo da motivação humana assente em três tipos de necessidades: necessidade de *realização* (achievement), *poder* (power) e *afiliação* (affiliation). A primeira, expressa-se através de desejos e vontades de êxito, que se comparam com um determinado padrão de referência, por outras palavras, traduz o desejo de atingir objectivos que signifiquem um desafio. A segunda revela-se através da vontade que o indivíduo tem de manter controlo das situações e influenciar outros indivíduos, grupos ou organizações, desejo de controlar, influenciar, ser responsável pelo desempenho de outros. A última exprime o conjunto de impulsos que se desenvolvem e levam o indivíduo a procurar manter um conjunto de relações com outras pessoas e/ou grupos, desejo de manter relações pessoais estreitas (Silva, 1998).

A maior ou menor satisfação destas necessidades determinará uma maior ou menor motivação. Assim, a economia do comportamento humano é regulada por um princípio de “realização” que orienta a procura de sucesso (McClelland, 1961).

Para além de relacionar o motivo de sucesso com o êxito dos indivíduos na realização de tarefas, McClelland (1961) procurou relacionar o motivo de sucesso com o desenvolvimento económico dos países.

2.2.3. *Atkinson*

A primeira tentativa de colocar o estudo sobre a necessidade de realização num contexto conceptual mais alargado foi desenvolvida por Atkinson. Assim, a Teoria da motivação de Atkinson (1957, 1964) constitui uma teoria mais geral sobre o comportamento de realização, segundo a qual, todo o comportamento é resultado de um conflito entre a possibilidade de sucesso (e a satisfação a ele associada) e a possibilidade de fracasso (e a vergonha a ele associada).

O modelo de motivação de Atkinson (1957, 1964) é do tipo “expectativa x valor”, na medida em que, o investimento do indivíduo numa tarefa depende da expectativa que ele tem da sua acção o levar ao sucesso ou ao fracasso, e, do valor atractivo dos resultados dessa tarefa (valor atractivo do sucesso e repulsivo do fracasso).

Em situação de realização, o comportamento ou tendência a agir (T_a) será resultante do conflito entre a tendência de aproximação para o sucesso (T_{as}) e a tendência de evitamento do fracasso (T_{ef}): $T_a = T_{as} - T_{ef}$. A tendência de aproximação para o sucesso (T_{as}) é concebida como o produto de três factores: a força da motivação para o sucesso (M_s), a expectativa de sucesso (P_s) e o valor do sucesso (V_s): $T_{as} = M_s \times P_s \times V_s$. Por sua vez, a tendência de evitar o fracasso (T_{ef}) é concebida de forma idêntica à de aproximação do sucesso. Esta é o resultado do produto da motivação para evitar o fracasso ou medo do fracasso (M_f), com a expectativa de fracasso (P_f) e com o valor do fracasso (V_f): $T_{ef} = M_f \times P_f \times V_f$. Assim, o resultado, o comportamento, vai depender da força de cada uma das tendências, de aproximação para o sucesso ou evitamento do fracasso.

No modelo de Atkinson (1964) a motivação é, então, um traço interno estável, que estimula o empenho em actividades de realização, na medida em que estas permitem a obtenção de sucesso e, como tal, a manifestação de sentimentos de orgulho e satisfação. Assim, a motivação para o sucesso será uma disposição afectiva para lutar pelo sucesso, relativamente estável e generalizada. A expectativa de sucesso não é mais do que a antecipação que o sujeito faz das hipóteses de sucesso, e, tanto esta como o valor do sucesso dependem muito das experiências passadas do sujeito (Maia, 2000).

2.2.4. Weiner

A abordagem Weiner estabelece a relação entre a motivação para a realização e a atribuição causal, salientando a importância dos factores cognitivos no esquema motivação-acção. Segundo a perspectiva de Weiner, os indivíduos possuem a capacidade de tratar cognitivamente a informação de que dispõem de forma a procurarem as causas que levaram ao sucesso ou ao fracasso. Estas atribuições causais forneceriam ao indivíduo informação sobre si mesmo, permitindo-lhe orientar a sua acção.

Weiner (1974, 1979) estabelece uma taxonomia atribucional segundo três factores: *locus* de causalidade (interno *versus* externo), estabilidade (estável *versus* instável) e controlabilidade (diz respeito à influência volitiva do actor sobre a causa, por exemplo: esforço). A tarefa do indivíduo consiste em determinar em qual dos quadrantes se enquadra a situação observada (Sousa, 2000).

Weiner centra fundamentalmente a sua atenção nas consequências afectivas das atribuições para o sucesso e fracasso, e, destas para o comportamento subsequente e chega à conclusão que as atribuições dos indivíduos variam de acordo com o seu nível de motivação para o sucesso: os mais motivados atribuem os seus sucessos às suas capacidades e esforço e os fracassos à falta de esforço e azar. De acordo com estes pressupostos, a motivação para o sucesso seria definida como a capacidade de interpretar o sucesso por factores internos e estáveis e o fracasso por factores externos e instáveis (Maia, 2000).

Alguns autores consideram que este padrão de comportamento decorre dos padrões de reforço a que o indivíduo é exposto ao longo da sua vida e que, cognitivamente elaborado, se transforma neste tipo de crença. Outros autores apresentam uma explicação em termos de conformismo a uma norma social que define o carácter indesejável do fracasso e o carácter desejável do sucesso na sociedade (Sousa, 2000).

2.2.5. Maslow

Embora a primeira teoria das necessidades tivesse sido desenvolvida por Murray (1938), foi Maslow quem, mais tarde (1954), apresentou uma teoria geral da motivação humana fundamentada nas necessidades humanas (Silva, 1998).

Maslow desenvolveu os seus trabalhos e concepções da personalidade centrado no estudo das motivações e em especial a motivação humana por excelência, de auto-realização. Segundo ele, as diversas necessidades humanas são universais e estão organizadas segundo uma sequência hierárquica em 5 níveis – a “pirâmide motivacional”.

Começando pela base da pirâmide, encontram-se: (a) *necessidades fisiológicas* que incluem as necessidades de ar, bebida, comida, conforto corporal e sexo; (b) *necessidades de segurança* com a procura de situações seguras e estruturadas, fuga do perigo; (c) *necessidades de afecto e pertença* de se associar e conviver com outras pessoas, ter amigos e ser aceite; (d) *necessidades de estima*, num nível mais baixo a necessidade de ser respeitado pelos outros – quer pelo status, pela fama, pela glória, reconhecimento ou mesmo dominação e a um nível mais elevado a necessidade de auto-respeito – através dos sentimentos de confiança, competência, independência e liberdade; e, por último (e) as *necessidades de auto-realização*, de encontrar a auto-plenitude e realizar o seu potencial (cf. Pestana & Páscoa, 1998; Silva, 1998).

O princípio fundamental desta teoria é que existe um efeito de precedência das necessidades de nível inferior sobre as de nível superior. Assim, uma necessidade só surgirá quando as de nível inferior estiverem minimamente satisfeitas (Pestana & Páscoa, 1998). Por outras palavras, primeiro o indivíduo deverá satisfazer as necessidades fisiológicas, uma vez satisfeitas estas necessidades buscará a satisfação das necessidades de protecção e segurança e assim por diante, e só então será mobilizado para procurar o conhecimento e a auto-realização.

Para Maslow a auto-realização constitui o topo da “pirâmide motivacional” e corresponde à realização plena das potencialidades de cada um (Pestana & Páscoa, 1998). Uma pessoa auto-realizada é aquela que: tem uma boa percepção e relação com a realidade que a envolve; é centrada sobre os problemas e não sobre si própria; é espontânea, autónoma, democrática, tem sentido de humor; e, é dada a experiências místicas (Maslow, 1954).

Esta breve revisão das teorias da motivação para a realização permite-nos constatar que estas se debruçam mais sobre os processos do que sobre o conteúdo da realização. Mas o que significa a “realização plena das potencialidades de cada um”? Será que, por exemplo, todas as pessoas partilham a mesma ideia do que é a realização pessoal? Será que homens e mulheres partilham a mesma representação? É esta questão que pretendemos clarificar.

Os estudos que referem as diferenças entre os sexos levam-nos a inferir que poderá existir uma diferença na representação da realização pessoal entre homens e mulheres. Como já vimos, num estudo sobre as representações sociais das semelhanças e das diferenças entre os sexos, os homens, em geral, são vistos como mais dominadores,

brincalhões e dinâmicos do que as mulheres, e as mulheres como mais dedicadas aos outros e mais preocupadas com a aparência e com a família do que os homens (Silva & Poeschl, 2001-2). Por outro lado, essas diferenças de personalidade entre homens e mulheres parecem explicar os papéis que desempenham na sociedade: na actualidade ainda se considera que é mais desejável que as mulheres cuidem do bem-estar dos membros da família e se encarreguem do trabalho familiar, e que os homens assumam os papéis de chefe de família e de ganha-pão (Poeschl, Silva & Múrias, no prelo). Com base nestes resultados podemos questionar se estas representações influenciam a ideia que os indivíduos têm do que será a realização pessoal dos homens e das mulheres.

Para além disto, se a sociedade actual é uma sociedade de rápidas transformações tecnológicas, nas quais as pessoas vivem principalmente nas cidades, se consagram ao trabalho em “empresas” e são “cidadãos de um Estado-Nação”, nem sempre foi assim. Temos tendência a esquecer que esta forma de viver é recente, que as fábricas e escritórios eram apenas rudimentares no século XVIII, que as escolas e os hospitais só aparecem enquanto instituições a partir do século XIX, e, que a igualdade jurídica entre cidadãos é uma conquista recente (Poeschl, 2003c). Uma vez que as formas de pensamento são historicamente situadas, resultando de processos de pensamento que se sucederam no tempo (Vergès, 1989), achamos importante recuar na história e ver como os ideais de realização pessoal se formaram ao longo das transformações sociais.

2.3. Breve Perspectiva Histórica sobre a Evolução dos Ideais de Realização

Nesta secção iremos fazer uma breve abordagem histórica de diversas áreas de vida importantes para os homens e as mulheres, como o amor, a família, o trabalho, ou o lazer, que podem ser subdivididas em duas esferas, a esfera privada e a esfera pública.

2.3.1. A Esfera Privada

2.3.1.1. Amor, Sexualidade e Casamento

“Ao longo dos seus nove séculos de história, a cultura amorosa conheceu diversos desvios do centro de gravidade, rupturas de linguagem e de práticas, modas passageiras mas também duradouras continuidades, limiares e mutações (...). Apesar de o ideal amoroso se apresentar como “igual e partilhado”, é a assimetria dos investimentos, dos sonhos e das aspirações dos dois géneros que, desde há séculos, estrutura a realidade social e vivida do fenómeno” (Lipovetsky, 1997, p.17).

Tal como as necessidades vitais de comer e beber, o amor e a sexualidade estão inseridos na nossa natureza mais profunda e primária. Da mesma forma que não sabemos como os nossos antepassados da Pré-História confeccionavam os seus alimentos, não sabemos como faziam e sobretudo como apreciavam o amor (Bottéro, 1998).

Os registos escritos mais antigos sobre esta temática remontam à Mesopotâmia, por volta do ano 3000 a.C., e parecem indicar que os Mesopotâmios ignoravam muitos dos nossos tabus relativos ao sexo e ao comportamento sexual. Consideradas atitudes naturais, as preocupações, capacidades e proezas neste domínio não mereciam demasiada atenção, pelo menos por escrito. No entanto, também nesta sociedade, os impulsos e capacidades amorosas eram canalizados pelo constrangimento colectivo, a fim de assegurar a continuidade da família – considerada a célula do corpo social. O casamento, normalmente monogâmico, realizava-se muito cedo, combinado pelos pais dos futuros esposos desde a infância destes, por vezes mesmo antes do nascimento. No momento da união, quando a jovem atingia a idade núbil, deixava a família para ser introduzida na casa paterna do seu esposo, onde ficaria até à morte, a menos que fosse estéril e incapaz de cumprir a sua função essencial, nesse caso, o marido devia repudiá-la. Contudo, ao lado deste amor “subjugado” às necessidades da sociedade, existia espaço para um “amor livre” praticado espontaneamente por cada um e para seu próprio prazer. Este amor era assegurado por “especialistas” dos dois sexos, que exerciam aquilo a que actualmente chamamos de prostituição. Porém, ao contrário do que se passa na actualidade, não só a prática deste amor não suscitava o menor problema de consciência, como os próprios deuses eram chamados, através de preces e ritos, a contribuir para o seu êxito (Bottéro, 1998).

Após este período antigo greco-latino, em que a sexualidade e o prazer carnal são considerados valores positivos e em que reina uma grande liberdade sexual, dá-se início a um novo período caracterizado por uma concepção praticamente oposta da sexualidade. O principal agente desta revolução no Ocidente é o cristianismo. O cristianismo condena a sexualidade, procede a uma estrita regulamentação do seu exercício e fornece um novo enquadramento conceptual para os novos comportamentos. Fundamentado na teologia e na interpretação da Bíblia, instaura um controlo social e ideológico rigoroso, exercido pela Igreja e pelo poder laico ao seu serviço. Assim, é com o cristianismo que surge a ligação entre a carne e o pecado, sendo esta união definitivamente selada por Santo Agostinho entre os anos 395 e 430 (Le Goff, 1998).

A Idade Média vai tornar cada vez mais objectivos os pecados da carne, fechando-os numa cadeia cada vez mais apertada de definições, de proibições e de sanções. Assim, e

apesar de segundo a doutrina da Igreja o casamento ser o único contexto em que a sexualidade podia ser praticada de forma legítima (Opitz, 1990), também a vida sexual dos casais deveria obedecer a várias restrições, por exemplo: “Deves conservar a tua castidade vinte dias antes do Natal, assim como todos os domingos e durante os jejuns fixados pela lei, e também na natividade dos Apóstolos, durante as festas principais e nos lugares públicos. Se não a mantiveste, farás penitência a pão e água, durante quarenta dias” (Flandrin, 1983 *cit. in* Le Goff, 1998, p.202). Esta nova ética sexual irá impor-se no Ocidente durante vários séculos.

Todavia, apesar das inúmeras restrições, a prática das relações amorosas ocorria de forma rápida e pouco complicada, com práticas frequentes de raptos e violência (Lipovetsky, 1997).

O casamento cristão, enquanto prática, surge apenas mais tarde. Com efeito, durante mais de um milénio, para uma grande parte dos cristãos, não era evidente que o casamento devia ser monogâmico, indissolúvel e fundamentado no consentimento recíproco de dois indivíduos (Sot, 1998). Os casamentos eram sobretudo decididos por acordo entre os “grupos familiares alargados” (*sippen*) ou entre as famílias implicadas. Será apenas por volta do século XIII que se pode começar a falar de um “modelo conjugal cristão”, baseado numa relação monogâmica, instituída por Deus e indissolúvel, com base no *consensus* dos cônjuges (Opitz, 1990). Esta autorização, implícita, das uniões matrimoniais prescindirem do controlo e do consentimento das parentelas teve um potencial efeito desestabilizador (Saraceno, 1988). Uma vez que, o casamento se baseava essencialmente numa associação económica que tinha como principal função estabelecer alianças entre os grupos sociais: nas classes médias e baixas visava, fundamentalmente, assegurar a sobrevivência da família e nas classes altas assegurar a manutenção do poder e do património familiar (Tilly & Scott, 1987). Assim, para assegurar a submissão e a obediência dos seus filhos, sobretudo das suas filhas, as gerações mais velhas recorriam à realização de promessas de casamento feitas desde muito cedo indo até ao uso de violência e perseguições judiciais em caso de desobediência (Opitz, 1990).

Desta forma, o casamento constituiu durante vários séculos um objecto de intensa regulamentação e de conflitos de competências e de autoridade entre as parentelas, as famílias, a Igreja, o Estado e os indivíduos. Estes últimos foram durante muito tempo não tanto os protagonistas, mas os objectos desta regulamentação e conflitos (Saraceno, 1988).

Nestes casamentos o amor possuía uma importância reduzida: nem a falta de amor conjugal era reconhecida como razão para um divórcio, nem o amor por si só bastava para

fundar um casamento válido. O amor entre os cônjuges era considerado mais como o resultado de uma vida em comum do que como base de um casamento, ele era um agradável complemento, nascido da sorte e do esforço contínuo na vida conjugal (Opitz, 1990). Pelo contrário, chegava mesmo a ser considerado como potencialmente perigoso e destrutivo das estratégias familiares e da estabilidade matrimonial (Saraceno, 1988).

É também com a Idade Média que nasce uma nova forma de amor, o amor cortês. O modelo cortês, inspirado no modelo da guerra e da arte das batalhas, vem criar uma nova cultura de sedução. Segundo este código, ao homem, enquanto guerreiro, cabe a iniciativa de sedução, ele deve mostrar-se “um amante ousado”, “fazer o cerco” à amada, atacar, vencer as suas defesas de pudor, conquistá-la. Por seu lado, a mulher é remetida à situação de expectativa: deve mostrar-se dificilmente acessível, fazer-se adorar, fazer esperar o apaixonado, e não ceder, nem rápida nem facilmente, às suas preces. A partir desta altura, toda a ordem de sedução irá construir-se em função de um sistema permanente de oposições entre o masculino e o feminino (Lipovetsky, 1997).

Ao longo dos séculos, e cada vez mais desde o século XVIII, a mulher vai ser valorizada como um ser sensível destinado ao amor (Lipovetsky, 1997). É também nos finais do século XVIII que se manifesta aquilo a que Shorter (1995) apelida de a “primeira revolução sexual”, caracterizada por uma maior atenção aos seus próprios sentimentos, de um empenhamento feminino mais completo na relação amorosa, de uma “sexualidade afectiva” que privilegia o autodesabrochamento, o amor romântico e a livre escolha do parceiro em detrimento das considerações materiais e da submissão às regras tradicionais. Assim, à medida que o hábito de impor um marido às jovens regride, estas, começam a sonhar com a integração do amor na sua vida conjugal, a aspirar a uma maior intimidade nas relações privadas, a ouvir falar de amor e a exprimir os seus sentimentos (Lipovetsky, 1997).

Apesar de, por esta altura, o casamento pressupor um contrato vitalício, ele era muitas vezes considerado como uma união temporária que apenas durava até à morte de um dos esposos. De facto, poucos eram os casais que atingiam a velhice juntos. As mulheres constituíam um grupo de alto-risco, estando cerca de 10% dos óbitos femininos, durante os anos férteis, relacionados com o parto. Assim, as mães ou os pais jovens que se viam com numerosos filhos tendiam a voltar a casar rapidamente. Uma vez viúvos, os homens tendiam a casar com mulheres mais novas do que as esposas falecidas, em contrapartida, as mulheres tendiam a contrair segundas núpcias com homens mais velhos do que os maridos falecidos ou homens de posição social inferior (Grieco, 1991).

No decurso do século XIX, e posteriormente no século XX, a vocação feminina para o amor será inúmeras vezes exaltada pela cultura de massas. Por exemplo, Balzac proclama que “a vida da mulher é o amor” (p.19). Rousseau escreve que “toda a educação das mulheres deve ser relativa aos homens. Agradar-lhes, ser-lhes úteis, fazerem-se amar e honrar por eles, educá-los em jovens, tratá-los em adultos, aconselhá-los, consolá-los, tornar-lhes a vida agradável e doce, eis os deveres das mulheres em todas as épocas” (*cit. in* Lipovetsky, 1997, p.20). Este romantismo sentimental feminino será exacerbado pelo frenesi de leitura de romances – folhetins – centrados na vida de casal, nas paixões e no adultério. Nas famílias burguesas, os pais proíbem às suas filhas a leitura dos romances, porque dizem que os romances indisciplinam a imaginação da jovem, arruinam a sua inocência, provocam pensamentos secretos e desejos desconhecidos, ao ponto de Elisabeth de Gramont declarar “Uma mulher que lê um romance já não é totalmente uma mulher honesta” (*cit. in* Lipovetsky, 1997, p.22).

No entanto, em vez de diminuir, o apetite romântico das mulheres intensificou-se no decurso do século XX, como disso é testemunho o incremento da imprensa cor-de-rosa, chamada literatura de cordel, e das fotonovelas após a Segunda Guerra Mundial. Estas publicações difundiam em grande escala o ideal romântico feminino, as virtudes da fidelidade e da virgindade, a imagem da “Gata Borralheira” (Dowling, 1981) que espera a sua realização no aparecimento do príncipe encantado, de tal forma que se generalizou uma ideologia que identificava felicidade feminina com realização amorosa. Esta ideologia do amor, ao celebrar o poder do sentimento sobre a mulher, ao defini-la na esfera privada, vai contribuir para a produção de uma representação social da mulher dependente do homem, incapaz de aceder à plena soberania da sua pessoa, legitimando o seu isolamento na esfera privada (Lipovetsky, 1997).

Esta assimetria entre os sexos vai ser reforçada pela teoria Freudiana da sexualidade. Para Freud (s/data), o adulto constitui uma extrapolação da infância, o masculino é o modelo de observação por excelência e de definição de certos conceitos, como o da libido. O feminino aparece associado ao patológico, à infância e às pulsões incontroladas. As consequências ao nível da análise da vida psíquica e da sexualidade para as mulheres são: a fraqueza do *supereu*, o domínio psicológico das emoções e das forças primitivas do *id*, o sentimento de inferioridade em relação ao sexo oposto e os traços de masoquismo, passividade, vaidade e ciúme (Amâncio, 1994). Apesar da teoria de Freud destruir a noção de caracteres naturais fixos nos dois sexos e apresentar o masculino e o feminino como formas psicológicas construídas por processos sociais, a evolução da teoria

psicanalítica torna-se, entre 1940 e 1950, um poderoso suporte ideológico da família patriarcal e das definições convencionais de género (Connell, 1993).

Por outro lado, a teoria Freudiana vem reconhecer o papel da sexualidade. No início do século XX, a ausência de uma educação sexual era quase completa: omitia-se qualquer assunto que dissesse respeito ao sexo e ao casamento. Segredavam-se coisas entre amigas, mas não havia uma informação conscienciosa sobre o relacionamento entre homem e mulher, para além das normas rígidas dos manuais de civilidade (Barreira, 1994). No entanto, o espaço destinado à afectividade do casal vai permanecer ainda de algum modo separado do erotismo e da sexualidade, pelo menos na aristocracia e alta burguesia, exprimindo-se mais no comum projecto educativo e afectivo relativamente aos filhos e às formas de respeito devidas a uma mulher: tanto mais elevada no pedestal da moral e da afectividade, quanto mais afastada, pelo menos idealmente, da contaminação social e corpórea (Saraceno, 1988). O adultério masculino era quase aceite como uma instituição. A “manteúda” era verdadeiramente a mulher com quem se falava dos problemas pessoais ou da privacidade mais íntima (Barreira, 1994). A criação de um espaço para o casal vai coincidir, paradoxalmente, com a criação do “lugar da mulher” e com a criação de esferas de experiência e simbólicas separadas para os dois sexos (Saraceno, 1988).

No período entre as duas guerras a livre escolha do cônjuge, para os jovens de ambos os sexos, constitui a regra. Raros são os pais que ainda ousam impor um casamento de conveniência. A partir de então, os futuros esposos têm que encontrar a sua alma gémea, o que levanta o problema dos lugares de aproximação entre os sexos (Sohn, 1991). Os locais mais susceptíveis de encontro eram o adro da igreja, o passeio público, o teatro e a ópera, os bailes privados ou de caridade. Até aos anos 30 o namoro à janela ou o encontro ocasional nas escadas de um prédio eram frequentes. Iniciava-se, então, um labiríntico processo de comunicação à distância, num jogo de esconde-esconde que assentava em estudados códigos: desde as cartas escritas com sumo de limão para não serem compreendidas em caso de apanhadas, até à utilização de elementos como o leque, a luva, a sombrinha, o charuto ou a luneta na comunicação não verbal entre os amantes² (Barreira, 1994).

Apesar do casamento já não depender das estratégias da parentela, resultando antes das escolhas individuais, de fenómenos de amor e atracção aparentemente extra-sociais, a

² Por exemplo: fechar e suspender o leque na mão direita significava pretender ficar noiva, na mesma posição mas na mão esquerda assinalava comprometimento, se a extremidade do leque tocasse os lábios, tal era sinónimo de dúvida e ciúme (Barreira, 1994).

divisão do trabalho obrigava homens e mulheres a uma especialização unilateral das suas faculdades que, conseqüentemente, os levava a procurar, uns nos outros, compensações da complementaridade (Saraceno, 1988).

O desenvolvimento da tecnologia contraceptiva alcançado na segunda metade do século XX origina uma mudança de atitudes face à sexualidade, permitindo uma sexualidade liberta dos vínculos da procriação e, portanto, da necessidade da auto-repressão. Na origem desta viragem estaria, em particular, a contracepção química (a pílula) e mecânica (dispositivo, diafragma). Trata-se de instrumentos contraceptivos que permitem potencialmente um estado de esterilidade artificial mais ou menos prolongado, só revogável com tanta intencionalidade como a que é necessária para a produzir (Saraceno, 1988). Este acontecimento está na origem da “segunda revolução sexual” ligada aos valores hedonistas (Shorter, 1995).

É também no decurso dos anos 60 que a divisão desigual dos papéis amorosos será objecto de uma verdadeira contestação social: as miliantes do MLF³ clamam que o “amor é como uma prisão” e o casamento é apresentado como “escravatura doméstica, sexual e sentimental” (Picq, *cit. in* Lipovetsky, 1997, p. 23). Assimilado a um instrumento de sujeição e de alienação das mulheres, o amor entra na era da desmistificação e da desconstrução (Lipovetsky, 1997).

Na actualidade, ao contrário de no passado, em que o casal era apenas uma parte do sistema familiar, o casal, casado ou não, é o centro da vida familiar. A função económica da família perde importância e o amor, ou o amor e a atracção sexual, torna-se a parte fundamental dos laços do matrimónio. Uma vez constituído, o casal tem a sua história exclusiva, a sua própria biografia – é uma unidade baseada na ligação emocional e na intimidade. Desta forma, na actualidade, a ligação emocional começa por ser o meio de estabelecer a relação e, depois, é a principal razão para ela ser mantida (Giddens, 2002). De facto, nas sociedades ocidentais contemporâneas, ao contrário da idade média, a falta de amor num casamento constitui uma espécie de aberração, por isso, os indivíduos são socializados para se apaixonarem e para se deixarem guiar por este sentimento na escolha do cônjuge. Neste caso, o controlo das famílias e dos adultos exerce-se indirectamente, através do controlo das relações informais, dos ambientes em que os filhos podem “casualmente” encontrarem-se como semelhantes e apaixonarem-se (Saraceno, 1988).

³ Mouvement pour la Libération des Femmes

O modelo actual de relação pressupõe uma paridade e reciprocidade a nível afectivo entre os elementos do casal. No entanto, para Saraceno (1988), esta paridade afectiva pode esconder e até legitimar uma subalternidade de interesses, uma assimetria de poder entre os sexos. Atribuindo valor diferente às escolhas e destinos individuais dos dois, ao mesmo tempo que facilita a afirmação do homem no mundo social do trabalho e das carreiras, subordina a identidade social da mulher à de esposa, uma vez que, para a mulher, as relações sociais estão de algum modo subordinadas aos interesses e aos valores da “unidade” conjugal.

Do mesmo modo, segundo Lipovetsky (1997), as actuais expectativas e as exigências em matéria de vida sentimental ilustram que, apesar da cultura igualitária, esta parece não ter conseguido tornar semelhantes as exigências amorosas dos dois sexos. E, tal como no passado, o amor continua a ser um elemento constitutivo da identidade feminina: na vida a dois, as mulheres são mais sensíveis do que os homens às palavras e às demonstrações de amor, elas exprimem, mais do que eles, a necessidade de amor, as suas decepções e as suas frustrações, resultando numa série de queixumes, de recriminações dirigidas aos homens, acusados de serem egoístas, de terem falta de romantismo, de não exteriorizarem os seus sentimentos, de negligenciarem a sua vida afectiva em benefício do trabalho profissional. Por outro lado, também se continua a processar uma distinção entre o modo como é aceite a sexualidade da mulher e a sexualidade do homem: 44.7% da população inquirida por Costa (1992) concorda que é bom um homem ter muitas aventuras antes de casar, mas só 27.8% concordam que também seja bom para as mulheres terem este tipo de comportamento; o número de inquiridos que defende que uma mulher só deve ter relações sexuais com quem vai casar é o dobro daqueles que defendem um comportamento sexual idêntico para os homens (18.7% para homens; 38.5% para mulheres), sendo a população feminina da amostra a que apresenta posições mais conservadoras.

Em conclusão, os valores de auto-realização e de independência trouxeram a visão de um amor menos incondicional, menos onnipresente, menos oblativo, assim, liberto do ethos da auto-renúncia. Por outro lado, na cultura moderna da autonomia e do seu apelo a uma vida livre, intensa e personalizada, o empenhamento amoroso apresenta a virtude de enriquecer a vida subjectiva com um horizonte de sentido de que as nossas sociedades desencantadas se encontram tendencialmente despojadas. Assim, segundo Lipovetsky (1997), o sobreinvestimento feminino no amor, conjugando-se com as aspirações de

autonomia individual presentes nos valores modernos da soberania individual, parece ter “mais hipóteses de perdurar do que de definir” (p. 45).

2.3.1.2. O Belo Sexo

“As imagens mostram-no, os comportamentos provam-no e as expectativas confirmam-no, a beleza não possui o mesmo valor no masculino e no feminino” (Lipovetsky, 1997, p.98).

Ao longo dos séculos, os poetas maravilharam-se com os encantos da sua bela, os pintores e os escultores glorificaram a plástica de Vénus. Todavia, nem sempre foi assim! Durante a maior parte da história da humanidade, a mulher não era de modo nenhum a suprema encarnação da beleza, os seus encantos não beneficiavam nem de qualquer estatuto especial nem de tratamento artístico privilegiado. Com efeito, apesar da arte do paleolítico superior oferecer algumas representações de símbolos femininos, estes eram em número bastante inferior às figuras animais. Também as conhecidas estatuetas das Vénus esteatopígicas – Vénus de Willendorf, dama de Dolni Vestonice – de aspecto globular, seios hipertrofiados e flácidos e enormes ventres e bacias, que contrastam com as cabeças atrofiadas, levam à constatação de que se tratarão de símbolos de fecundidade (Leroi-Gourhan, 1971, *cit. in* Lipovetsky, 1997). Em todo o Próximo Oriente surgem figuras femininas de formas generosas, cujas formas deformadas sugerem além do culto prestado à fecundidade, um sistema hierarquizado – um sagrado acima do homem. Estas figuras representam as primeiras deusas-mães. O atributo que aqui se destaca não é a beleza feminina mas a fecundidade e o poder superior de vida e de morte (Lipovetsky, 1997).

Com efeito, nas sociedades primitivas não se verifica a supremacia estética do feminino. Margaret Mead observa entre os Chambuli, na Oceânia, que são os homens que usam os ornamentos mais belos e que se preocupam mais com a sua aparência. Entre os Massa e os Moussey, em África, “o homem é o ponto de mira da estética corporal”, entre os Maori, os homens ostentam tatuagens maiores e mais complexas do que as das mulheres e entre os Wodabé do Níger, por ocasião das festas, são as mulheres que elegem o homem mais belo da tribo (*cit. in* Lipovetsky, 1997).

Para que surgisse a idolatria do belo sexo foi preciso que emergisse a divisão social entre classes ricas e classes pobres, classes nobres e classes trabalhadoras, com o correspondente aparecimento de uma categoria de mulheres isentas do trabalho. Estas novas condições sociais permitiram associar mais estreitamente a feminilidade às práticas da beleza: durante as longas horas de ociosidade de que dispunham as mulheres das classes

superiores elas ocupavam o seu tempo a maquilhar-se, a ornamentar-se e a tornar-se belas para se distraírem e agradarem ao marido. Simultaneamente os critérios de beleza conduziram a considerar belas apenas as mulheres libertas do imperativo do trabalho produtivo: a exigência da tez branca, o culto dos pés pequenos na China, a aplicação de pinturas no rosto, penteados sofisticados, enfeites luxuosos, espartilhos e saltos altos. Doravante a beleza será considerada como incompatível com o trabalho feminino (Lipovetsky, 1997).

No entanto, vai ser preciso esperar pelos séculos XV e XVI para que a mulher seja levada aos píncaros enquanto personificação suprema da beleza (Lipovetsky, 1997). É com neoplatonismo renascentista que a beleza adquire um novo valor, ao ser reconhecida como o sinal exterior e visível de uma “bondade” interior e invisível. Assim, ser bela tornou-se uma obrigação, já que a fealdade era associada não só à inferioridade social mas também ao vício (Grieco, 1991).

A beleza seguia um determinado modelo: pele clara, cabelo loiro, lábios vermelhos, face rosada, sobrancelhas pretas. Para que a sua aparência se adequasse aos padrões, as mulheres entregavam-se a grandes cuidados e despesas. No entanto, por vezes, o exagero nas camadas de pintura, dispostas com tanta arte, transformavam-se em verdadeiras máscaras cuja espessura impedia as mulheres de sorrir, conversar ou de rir. Esta maquilhagem pesada, símbolo de uma posição social, vai sucumbir com o nascimento de uma burguesia crítica que identificava o disfarce dos cosméticos com a desonestidade atribuída à aristocracia. Assim, o século XVIII terminaria com uma nova estética feminina, um gosto pré-romântico pela graça e pela simplicidade, traduzida nuns olhos grandes, um rosto pálido e uma figura esguia e lânguida, que se supunha convirem ambos a uma delicadeza de sentimentos e a uma sensibilidade que iriam dar o tom, no início do século XIX, ao conceito romântico de feminilidade (Grieco, 1991).

Nesta altura a beleza tem uma dupla consequência: se a rapariga é rica a beleza é a auréola das felizes premissas que o bom nascimento fazia prever, se a rapariga é pobre, ser bela é um risco a mais que expõe a sua fragilidade social aos olhares de todos. Em contrapartida, a fealdade é uma máscara de indiferenciação protectora que lhe permite não ser referenciada pelo vil sedutor. Assim, a especificidade feminina manifesta-se através da beleza e esta última define, em contrapartida, o risco que corre a feminilidade, tornando activo esse laço tautológico e normativo entre uma presença corporal e uma identidade sexuada (Grieco, 1991).

Até finais do século XIX a idolatria do belo sexo desenvolveu-se num contexto social restrito, em que as homenagens artísticas à mulher e as práticas estéticas não ultrapassavam os limites do público rico e culto. Fora dos círculos superiores da sociedade, as valorizações poéticas e cosméticas da beleza, assim como as imagens resplandescentes do feminino, gozavam de pouca difusão social (Lipovetsky, 1997).

É no decurso do século XX, com a imprensa feminina, a publicidade, o cinema e a fotografia de moda, que as normas e as imagens ideais femininas se propagam pela primeira vez em larga escala, entrando-se numa nova fase da história do belo sexo: a fase mercantil e democrática (Lipovetsky, 1997). É também por esta altura que ocorre a sobreposição entre o corpo da moda e o corpo real. Com efeito, até aos anos 1914 o corpo preconizado pela moda era distinto do corpo real – o corpo feminino tinha de ser modelado (por exemplo, pelo uso do espartilho). Desta confrontação, do corpo real com o corpo imaginário, o primeiro acaba por se sobrepor, surgindo a estilização da figura feminina, na sua segura, mas também na sua inegável simplicidade, da qual o cabelo à *garçonne* é apenas um exemplo (Barreira, 1994).

O uso de cosméticos, que até então eram apanágio de uma elite social, aumenta moderadamente até à Primeira Guerra Mundial e acelera durante os anos 20 e 30. A indústria cosmética vai ter um papel preponderante nesta nova definição do ideal de feminilidade. Salienta-se a massificação da beleza, anunciada por uma versão do princípio da igualdade de oportunidades e da democratização: todas as mulheres podem aceder à beleza se nisso se empenharem suficientemente. Tais processos apoiam-se largamente nos meios de comunicação de massa, como os periódicos, a publicidade, mas é sobretudo o cinema que reforça a “cultura da beleza” (Passerini, 1991).

Nas preocupações estéticas do início do século XX a pele auferia um estatuto especial. As recomendações apontavam para uma pele macia, limpa, fresca, jovem, e os vários produtos disputavam o mercado com a fórmula mágica do rejuvenescimento. As preocupações estéticas ficavam-se essencialmente pelo rosto, facto encarado com naturalidade, dado que somente o rosto saía impoluto à luz do dia. A obtenção de beleza resumia-se a possuir um rosto agradável, artificialmente composto segundo os cânones da época (Barreira, 1994).

Ao longo dos últimos decénios, a democratização da beleza não só se intensificou como foi acompanhada de um deslocamento de prioridades: da obsessão com o rosto, numa lógica decorativa que se concretizava pela utilização de produtos de maquilhagem, para o cuidado com o corpo, no sentido de conservar um corpo jovem e esbelto. Elas

orientam-se menos para a sofisticação do parecer do que para o rejuvenescimento, a tonificação e a firmeza da pele (Lipovetsky, 1997).

Ao longo dos séculos as percepções do tipo de corpo mais desejável para a mulher mudaram consideravelmente: se antigamente a mulher bela era aquela que por ser nutrida de carnes se poderia designar hoje em dia de obesa, e a magreza, por seu lado, era sinónimo de doença, maldade ou ambição desenfreada, inversamente, a magreza tornou-se o ideal feminino moderno (Barreira, 1994). Este ideal remonta a 1967 e ao aparecimento da Twiggy⁴, personificando o ideal físico da mulher-criança (Higonnet, 1991). Com efeito, a estética da magreza ocupa hoje um lugar preponderante no planeta da beleza. As revistas femininas estão cada vez mais invadidas por guias de emagrecimento, por rubricas expondo os méritos de uma alimentação equilibrada, receitas *light* e exercícios de manutenção e de forma (Lipovetsky, 1997).

O aumento da preferência por este tipo de silhueta, um tipo de corpo que muitos autores têm descrito como pouco saudável e inatingível por muitas mulheres, foi acompanhado por uma crescente insatisfação das mulheres com o seu corpo, aumento das preocupações com a perda de peso e de um aumento dos distúrbios alimentares (ver por exemplo: Forbes, Adams-Curtis, Rade & Jaberg, 2001). Vários estudos parecem indicar que o grau de insatisfação corporal “measured as the discrepancy or difference between self-perceived real and ideal body size” (Showers & Larson, 1999, *cit. in* Lokken, Ferraro, Kirchner & Bowling, 2003, p. 305), não é experienciado da mesma forma pelos dois sexos: constata-se que as mulheres, enquanto grupo, estão mais insatisfeitas com os seus corpos do que os homens (cf. Feingold & Mazzelle, 1998; Forbes *et al.*, 2001; Lokken, *et al.*, 2003), tendo essa insatisfação aumentado consideravelmente nos últimos 25 anos.

Em 1993, quatro francesas em dez desejavam emagrecer, 70 por cento das quais por razões estéticas. Nos Estados Unidos, 75% das mulheres consideravam-se demasiado gordas, assistindo-se a uma percentagem não negligenciável de americanas que afirmam que aquilo que mais receiam no mundo é engordar (Chernin, 1981, *cit. in* Lipovetsky, 1997, p.129). Entre as adolescentes a norma é fazer dieta: 95% da população feminina inquirida por Polivy e Herman (1987, *cit. in* Furnham & Greaves, 1994) refere já ter feito dieta em algum momento da sua vida.

Para Steiner-Adair (1986, *cit. in* Hart & Kenny, 1997), a incidência de distúrbios alimentares nas raparigas está associada à adesão ao ideal da Super Mulher. O autor

⁴ Twiggy Lawson foi uma modelo que fez a sua aparição em 1966 no *Daily Express*, difundindo a imagem da eterna adolescente e ditando a moda da ousadia inocente (Dickinson, 2004).

verificou que as raparigas que apresentavam distúrbios alimentares no Eating Attitudes Test, expressavam a crença de que deviam ser bem sucedidas, independentes e belas: “the image of the Super Woman is most often associated with a tall thin body, a brief case and a high level of independent achievement” (p.463).

No entanto, estudos recentes sugerem que a preocupação com a imagem corporal já não é um assunto exclusivamente feminino e que as expectativas socioculturais relativamente à aparência afectam não só as mulheres, mas também os homens (Furnham & Greaves, 1994). De facto, apesar dos distúrbios alimentares serem mais frequentes nas mulheres, não são limitados às mulheres (cf. Forbes *et al.*, 2001). Para Mickalide (1990, *cit. in* Forbes *et al.*, 2001), as pressões sociais contribuem para a insatisfação masculina tal como na feminina, e podem desempenhar um papel no desenvolvimento de distúrbios alimentares. Assim, na medida em que a cultura ocidental contemporânea valoriza um forte dimorfismo sexual, expresso por uma preferência por formas corporais femininas esguias e formas corporais masculinas em V ou mesomórficas (Forbes *et al.*, 2001), enquanto que as mulheres têm tendência para considerarem que têm peso excessivo, recorrendo à dieta e à prática de exercício físico para controlar o peso, por seu lado, os homens sentem necessidade de ganhar peso (Furnham & Greaves, 1994).

Assim, apesar da sociedade ainda não ter criado padrões de aparência impossíveis para os homens como os que existem para as mulheres, fica a dúvida se as mudanças que actualmente emergem nas revistas masculinas, por exemplo *Men's Health*, virão a ter o mesmo impacto que as mudanças ocorridas nos anos 1940s nas revistas para raparigas adolescentes (Forbes *et al.*, 2001).

2.3.1.3. A Família

Na sociedade proto-industrial⁵, a estrutura e composição das famílias variava em função quer da sua localização (campo ou cidade) quer da pertença social (aristocracia, classe média ou classe baixa). Era costume encontrarem-se mais gerações a habitar debaixo de um mesmo tecto no campo do que na cidade, uma vez que a vida rural, pela sua própria natureza, incluía geralmente outros parentes “colaterais” (Shorter, 1995). Os modelos familiares dos camponeses organizavam-se em função dos modos de produção nas explorações industriais, dos tipos de actividades agrícolas ou das práticas de herança. Não era então de surpreender a permanência de famílias múltiplas em que coabitavam

⁵ Forma de industrialização descentralizada na qual a produção destinada ao mercado se efectua num quadro de oficinas familiares activas num meio rural (Segalen, 1999a, p.337).

vários casais aparentados, irmãos casados, ascendentes, sobrinhos, tendo em vista reunir o maior número possível de braços, a fim de aumentar a produção (Segalen, 1999b). Estas famílias encontravam-se firmemente presas à matriz de uma ordem social mais vasta. Um conjunto de laços ligava-as à parentela circundante, à rede de tias e tios, primos e sobrinhas que pontilhavam o panorama social da altura (Shorter, 1995).

A maternidade era tão importante como o casamento ou a situação familiar para o dia-a-dia da mulher e para a sua posição na sociedade. Dar à luz e criar os filhos eram as suas tarefas principais, a “profissão” das mulheres casadas. Um bom casamento devia ser prolífico, uma boa esposa devia ser mãe – qualquer outra possibilidade era considerada como anormal. De facto, no século XIII não era invulgar que as esposas fossem repudiadas por continuarem sem filhos após vários anos de casamento. Como também não era de estranhar que as mulheres que permaneciam estéreis recorressem a peregrinações e promessas, a rezas e a oferendas a Maria, mãe de Deus, e a todos os santos relacionados com a questão ou mesmo a práticas mágicas interditas pela Igreja (Optiz, 1990).

Esta difícil aceitação da esterilidade não pressupunha, no entanto, que a dedicação e cuidados com os filhos fosse a prioridade feminina. Com efeito, não se esperava que as mulheres estivessem sempre, física e espiritualmente, à disposição dos filhos. Enquanto que as camadas sociais mais elevadas tinham criadas e amas para todas as funções “baixas” (por exemplo: limpar, dar banho, alimentar e vigiar), nas famílias de artesãos e de camponeses eram os parentes e irmãos mais velhos que davam uma ajuda quando se tratava de tomar conta dos lactentes e crianças pequenas. Uma vez que o dever do trabalho precedia a educação dos filhos, e sendo as tarefas de cuidar e alimentar os filhos muitas vezes incompatíveis com os restantes trabalhos, o número de filhos entre os artesãos era menor do que na nobreza (Optiz, 1990). Contudo, durante muitos séculos a fecundidade e o número de filhos por família foram confiados essencialmente a dois reguladores exteriores: o regulador natural da mortalidade – dos filhos mas também das mães – e ao regulador social da idade do casamento (Saraceno, 1988).

No modelo cultural e familiar da altura muitos filhos significavam um recurso: não só do ponto de vista da continuidade das gerações mas também do da sobrevivência dos indivíduos. Nas famílias mais pobres, em que o delicado equilíbrio entre recursos e necessidades estava mais exposto ao risco de desequilíbrio, os filhos tornavam-se mais cedo ou mais tarde num recurso: como força de trabalho na empresa familiar ou como força de trabalho a gastar e trocar contra dinheiro ou outra coisa. Para as mulheres

medievais os filhos representavam sobretudo um investimento para garantia da sua velhice. (Saraceno, 1988).

Com a revolução industrial desenvolve-se uma grande variedade de tipos familiares, tão diversos quanto as hierarquias do trabalho, as imposições da produção e as categorias sociais, cuja classificação estática é incessantemente perturbada pelos complexos processo de mobilidade social (Segalen, 1999b). A família quebra os laços e separa-se da comunidade circundante, larga as suas ligações com os parentes afastados e altera fundamentalmente a sua relação com os familiares chegados (Shorter, 1995). É também por esta altura que se verifica uma modificação de mentalidades e de atitudes face às crianças e à mortalidade infantil (Piedade, 1998).

Assim, fruto do processo combinado de industrialização e desenvolvimento urbano, surge a concepção da família moderna⁶ em torno de duas figuras – a mãe e a criança. Esta família, família dos sentimentos e da educação, nasce da redefinição do lugar dos filhos na família: de elos da cadeia geracional que perpetua uma linhagem, ou de força de trabalho em miniatura e em formação, a centro afectivo e simbólico da própria afectividade familiar. Este processo de redefinição, que acontece em vários tempos e fases, é acompanhado por uma transformação quantitativa da presença dos filhos na família – à medida que a sua importância afectiva aumenta diminui progressivamente o número de filhos por família. Instaure-se assim o aparente paradoxo pelo qual, ao aumento de interesse e atenção pelos filhos corresponde uma estratégia de redução da fecundidade. Com a redução malthusiana⁷ dos nascimentos e o prolongamento da infância associado ao fenómeno da escolaridade, forma mediatizada de preparação moral para a sociedade dos adultos, a função da maternidade, inerente à mulher, consubstancia-se no “amor maternal”. Este, longe de se esgotar nos actos de ter e cuidar dos filhos, prolonga-se na tarefa educativa, justificando, nomeadamente, a proliferação de Manuais de Puericultura (Pinto, 2000).

Esta demarcação entre o espaço doméstico, tornado privado, e a comunidade exterior, identificada com o espaço público, projectou as mulheres para a esfera privada, nelas incorporando, como realidades constitutivas indissociáveis, a maternidade e a domesticidade (Pinto, 2000).

⁶ Modernidade refere-se “a modos de vida e de organização social que emergiram na Europa cerca do século XVII e que adquiriram, subsequentemente, uma influência mais ou menos universal” (Giddens, 1996, p.1).

⁷ A Doutrina de Malthus – Maltusianismo – preconiza a prática de diferentes métodos para diminuir a natalidade (Silva, 1984, p.1004).

Mais tarde, as descobertas e progressos científicos e tecnológicos ocorridos no último terço do século XIX, nomeadamente no domínio da higiene, medicina e alimentação, fizeram reduzir fortemente os riscos de mortalidade e morbilidade maternas e infantis bem como diminuir consideravelmente a parte ocupada pela gestação e amamentação no ciclo de vida das mulheres. Com efeito, as novas tecnologias de alimentação dos bebés, aperfeiçoadas desde o final do século XIX e largamente comercializadas após a Segunda Guerra Mundial, permitiram não só diminuir a mortalidade infantil mas também dissociar gestação e nutrição. Com a esterilização do leite animal, dos biberões e tetinas, e com o aperfeiçoamento do leite e dos alimentos industriais para bebés, qualquer indivíduo, independentemente do seu sexo, podia substituir a mãe na alimentação do recém-nascido. Estas técnicas contribuíram, assim, para romper com a necessidade da presença contínua da mãe “ama” junto do filho e para “libertar”, material e ideologicamente, as mães para o mercado do trabalho assalariado (Lefaucheur, 1991).

Também por esta altura, em consequência do desenvolvimento dos sistemas de protecção social e dos processos de externalização e de colectivização, o trabalho ligado aos cuidados com as pessoas dependentes, em razão da idade ou do seu estado de saúde, e, mais amplamente, o conjunto do trabalho de reprodução, tornou-se num “assunto público” (Lefaucheur, 1991, p.495). Assim, o Estado vai assumir muitas das funções que outrora cabiam à família: educação das crianças, prestação de cuidados aos doentes e às pessoas idosas (Segalen, 1999a, p.34). Trata-se do “Estado-providência” (Lefaucheur, 1991).

Na actualidade o modelo da família nuclear moderna deu lugar a uma diversidade de modelos familiares (Segalen, 1999a). De facto, hoje só uma minoria vive de acordo com aquilo a que podemos chamar de família-padrão dos anos 50, isto é, pai e mãe a viverem juntos com os filhos do matrimónio, em que a mulher é dona de casa a tempo inteiro e o marido ganha o sustento de toda a família (Giddens, 2002).

Actualmente estamos perante transformações estruturais que, quando associadas às mudanças de comportamento face à nupcialidade e à família, conduzem a configurações familiares bem distintas das que encontramos no passado. O alongamento da vida e a co-longevidade das gerações que daí resulta, a diminuição da fecundidade e a duração da procriação, produziram novas estruturas de parentela e uma nova matriz latente de inter-relações (Fernandes, 2001).

A criança é considerada como um projecto de vida, não só para si, como para os próprios pais (Saraceno, 1988). Os filhos são apreciados, em parte, porque se tornaram muito mais raros, e em parte, porque a decisão de ter um filho tem motivações diferentes

das que tinha em gerações anteriores. Enquanto que na família tradicional os filhos eram um recurso de natureza económica, no mundo ocidental dos nossos dias, um filho constitui, pelo contrário, um pesado fardo financeiro para os pais. Ter um filho é uma decisão mais pensada e amadurecida do que costumava ser, além de ser uma decisão induzida por necessidades psicológicas e emocionais (Giddens, 2002). Se antigamente um filho podia desiludir as expectativas familiares em termos de prestações sociais, hoje expõe-se ao mais insidioso risco de desiludir as expectativas mais profundas destes, escondidas no inconsciente e envolvidas na sua identidade pessoal (Saraceno, 1988).

Para autores como Beck (1992, *cit. in* Guerreiro, 2003) estas alterações na estrutura familiar seriam consequências de uma sociedade em que predominam as leis do mercado e os imperativos da mobilidade profissional. Assim, a importância atribuída à carreira, a prioridade que a profissão representa, contribuiriam para pôr de lado o assumir de responsabilidades conjugais e parentais. Esta opinião é suportada pelos dados do Eurobarómetro (1997) segundo o qual as rápidas mudanças demográficas e laborais estão a trazer um adiamento em todas as principais fases do trajecto de vida, como a entrada para o mercado de trabalho e a parentalidade (Smithson, Lewis & Guerreiro, 1998).

Para Giddens (1994, *cit. in* Guerreiro, 2003), é o avanço da modernidade, através da transformação da intimidade no contexto da vida quotidiana, que traz consigo alterações nas instituições da família e do casamento. As relações pessoais e íntimas, ao adquirirem contornos não existentes em quadros institucionais tradicionais, dão azo a que tenda a ser cada vez maior o número de pessoas a viverem sozinhas. De facto, as unidades domésticas de pessoas sós têm vindo a aumentar significativamente em Portugal. Nos últimos dez anos registou-se um crescimento de quase 50%, passando de 4.4% para 6.1% do total da população residente. Apesar destas unidades residenciais serem maioritariamente constituídas por pessoas idosas, que representam 51% do total de pessoas sós, a adesão a novos valores que privilegiam a autonomia dos indivíduos e proporcionam a opção por novas e variadas formas de organizar a vida privada, levaram a que segmentos mais jovens da população tenham aumentado a sua presença entre os mono-residentes (Guerreiro, 2003). Contudo, as situações de isolamento residencial não significam forçosamente ausência de relações amorosas, como alguns trabalhos têm recentemente demonstrado, ao identificarem uma nova forma familiar: a dos casais que vivem em casas separadas (Levin & Trost, 1999 *cit. in* Guerreiro, 2003), do mesmo modo que a co-residência pode não significar vida em casal.

Também relativamente ao casamento se verifica uma mudança de atitudes. Em Portugal, se os casamentos diminuíram – a nupcialidade passou de 7.3 em 1991 para 5.7 em 2001 (Aboim, 2003) ou são adiados – a idade média das mulheres, aquando do primeiro casamento passou de 24.4 para 25.6 entre 1991 e 1999 e a dos homens de 26.3 para 27.3 (CIDM, 2002), estão a aumentar, em contrapartida, as convivências não matrimoniais (Ferreira, 2003). A coabitação vai assumindo características de instituição social, por um lado através da cada vez maior aceitação social, e, por outro lado, pelos reconhecimentos legais, por exemplo no acesso à habitação. De facto, entre 1991 e 2001 a coabitação duplicou, passando neste último ano a abranger 6.9% dos núcleos de casal (Aboim, 2003; Ferreira, 2003).

Paralelamente, o número de divórcios tem vindo a aumentar desde meados dos anos 70, período em que, com a revisão da Concordata, passou a ser possível o divórcio para os casamentos católicos. Este aumento traduz-se numa taxa de crescimento anual média de 10.5% entre os anos 1975 e 2000 (Rosa, 2002). Observa-se uma estreita relação entre o aumento das taxas de divórcio e a actividade profissional da mulher. Os dados parecem indicar que quando a mulher é economicamente autónoma tem maior possibilidade de negociar uma relação conjugal efectivamente simétrica/igualitária e maior possibilidade de dissolver uma relação que já não corresponde às suas expectativas. O facto de nos casais em que a mulher é empregada ser sobretudo ela a pedir o divórcio parecem confirmar esta interpretação (Saraceno, 1988). Após o divórcio, as diferenças entre homens e mulheres na probabilidade de contraírem um novo casamento são visíveis: os homens divorciados tendem a voltar a casar muito mais rapidamente (cf. Vicente, 2002; Rosa, 2002). Surgem assim as famílias recompostas que, em 2001, constituíam já 11.8% dos casamentos (Aboim, 2003).

Por outro lado, a crescente informalização da conjugalidade, a descolagem entre casamento e parentalidade, o aumento do divórcio e das famílias recompostas (Aboim, 2003), tem conduzido ao aumento das famílias monoparentais⁸. Em Portugal, o mais surpreendente diz respeito ao crescimento, em termos absolutos e relativos, das famílias monoparentais de pessoas solteiras, que em 1999 já atingiam os 10.6% (CIDM, 2002), tendo sido avançado, como explicação mais provável, o aumento dos nascimentos fora do casamento no contexto das uniões de facto. É um perfil de evolução que aproxima Portugal das formas de monoparentalidade existentes há algumas décadas na maior parte dos países

⁸ Refere-se, em sociologia da família e nos estudos de política social, a uma mãe ou um pai a viver sem cônjuge e com filhos dependentes (crianças ou jovens adultos solteiros).

da União Europeia. Portugal destaca-se também, juntamente com os países da Europa do sul, por uma percentagem elevada de famílias monoparentais a viver em agregados domésticos de família complexa⁹, o que revela, uma maior vulnerabilidade das famílias monoparentais nestes países (Wall, 2003). Por seu lado, as situações de complexidade doméstica, têm vindo a diminuir. Esta diminuição será porventura o resultado das profundas transformações sociais verificadas em Portugal. Assim, a complexidade doméstica é, cada vez mais, algo característico de segmentos pouco qualificados da população, com maiores carências de recursos para lidar com as exigências de organização da vida familiar (Vasconcelos, 2003).

Assim, apesar de alguns autores poderem falar numa “crise da família”, vários estudos parecem apontar para o facto da família continuar a revestir-se de grande importância para os indivíduos. Quando se questiona sobre as dimensões da vida a valorizar, num conjunto de aspectos (lazer, participação política e social, profissão) é a vida familiar que colhe sempre a primazia, com distância das outras dimensões (CIDM, 2002). Homens e mulheres continuam a defender empenhadamente o valor da família como algo de extremamente precioso, e a preservar acima de todas as coisas. Além de proporcionar estabilidade emocional, segurança económica na velhice, ela é o mais importante do mundo para mais de 80% da população (Costa, 1992).

2.3.2. *A Esfera Pública*

2.3.2.1. O Mundo do Trabalho

Nas sociedades pré-industriais e com uma economia de subsistência, a relação entre família, trabalho e economia era suficientemente explícita para não constituir um problema (Saraceno, 1988). A família constituía a base da economia, encontrando-se o espaço de trabalho e o espaço da família profundamente interligados (Tilly & Scott, 1987). As casas pobres eram de tamanho exíguo e consistiam geralmente num só ou em dois compartimentos onde se preparavam e tomavam as refeições, se procedia à higiene, se dormia e muitas vezes se trabalhava (Piedade, 1998).

Até ao século XVIII a grande parte da população europeia habitava no campo e praticava a agricultura. A distribuição dos trabalhos agrícolas, tanto nas famílias alargadas como nas famílias nucleares (pais e filhos), contemplava todos os membros, de acordo com

⁹ Os agregados domésticos de famílias complexas incluem os agregados domésticos de famílias simples alargadas (famílias simples a viver com outras pessoas) e agregados domésticos de famílias múltiplas (duas ou mais famílias simples a viver no mesmo alojamento).

a sua idade e capacidades físicas (Segalen, 1999a). Dependendo da sua capacidade económica, a família, podia ter ou não criados, mas a regra, e o que era desejado por todos, é que ela conseguisse ser auto-suficiente. Numa família de menores recursos a mulher acumularia com as tarefas da casa, os trabalhos na proximidade desta: cuidar dos animais domésticos e vender nas ruas ou no mercado alguns excedentes agrícolas (Shorter, 1995).

Nas cidades, as lojas e oficinas também eram um negócio familiar, no qual o patrão era ajudado pela mulher e filhos: a mulher do artesão trabalhava com ele, lado a lado, e se o produto fabricado era vendido em casa era a mulher que se encarrega de o vender (Tilly & Scott, 1987). A grande maioria das mulheres activas na cidade estava empregada em oficinas artesanais, não apenas como “mão-de-obra-familiar”, mas também nas corporações e nas actividades não regulamentadas, seja como artesãs independentes seja como assalariadas (Opitz, 1990).

Assim, enquanto mão-de-obra, as mulheres participaram de forma decisiva no desenvolvimento económico das cidades medievais (Opitz, 1990). Apesar de se desenvolverem domínios de competência específicos para homens e mulheres, que concediam às últimas o cuidado do “interior” da casa, o pátio e o jardim, o cuidado dos filhos, da criadagem e da criação, e ainda a competência para os sectores têxteis, da alimentação e do pequeno comércio, não se pode falar de uma divisão do trabalho específica de cada sexo. Nem os homens abandonavam às mulheres a totalidade dos trabalhos “femininos”, nem o trabalho da mulher podia ser limitado aos poucos domínios específicos que pertenciam ao verdadeiro “trabalho de reprodução”: ajuda no parto, cuidado das crianças e maternidade, fornecimento e preparação de alimentos, economia doméstica, etc. No centro da economia familiar estava a preocupação em obter um rendimento familiar máximo – que nas classes médias e baixas geralmente mal dava para viver – para o qual todos os membros da família, mas em particular o casal, tinham de contribuir (Opitz, 1990).

No final da Idade Média verifica-se uma crescente hostilidade para com o trabalho feminino, na medida em que, ganhando menos do que os seus concorrentes masculinos, a mão-de-obra feminina era mais procurada. Assim, vão-se constituindo leis que proíbem a actividade das mulheres “de acordo com o regulamento nenhuma pessoa do sexo feminino pode exercer um ofício, mesmo que o compreenda tão bem como uma pessoa do sexo masculino...” (Beier, 1688, *cit. in* Opitz, 1990, p. 406), sendo desta forma as mulheres vítimas de um processo geral de transformação económica.

A Revolução Industrial veio trazer profundas alterações e transformações ao nível social, produtivo e tecnológico: aumento significativo dos bens de consumo, surgimento de novos grupos ou classes sociais, alteração das relações de produção, aumento da migração do campo para a cidade, etc. Estas mudanças vão-se repercutir ao nível da organização familiar, nomeadamente na separação física e social do trabalho doméstico do trabalho industrial, conduzindo a uma redefinição da natureza dos homens e das mulheres (Nielsen, 1990). Assim, o processo de industrialização favoreceu a fixação das mulheres à casa, ao espaço “interior”, tanto no caso da burguesia, como no das classes trabalhadoras. No primeiro, a prosperidade económica alcançada permitiu que um rendimento, exclusivamente masculino, provesse ao conjunto das despesas familiares; no segundo, o efeito da dissociação entre espaço privado e actividades produtivas favoreceu, do ponto de vista do desenvolvimento económico capitalista, o incremento do trabalho domiciliário, e com ele a garantia de uma mão-de-obra barata – a feminina, em virtude da desvalorização da casa enquanto local de produção (Pinto, 2000).

Estas mudanças provocadas pela Revolução Industrial suscitaram diversos discursos destinados a proteger a ordem social (cf. Poeschl, Múrias & Costa, 2004). Por um lado, a colocação das mulheres em casa e atribuição aos homens do papel de ganha-pão diminuiria a pobreza da classe trabalhadora – considerada antisocial e fonte de criminalidade – e, por outro lado, o afastamento da mão-de-obra feminina e infantil, protegendo o trabalho masculino recebe o acordo dos sindicatos e dos trabalhadores (Tilly & Scott, 1987). Assim, o século XIX assimilou, validou e consolidou uma concepção de mulher ideal associada à domesticidade, consubstanciando-se a sua existência social, em dois binómios funcionais, o de esposa/dona-de-casa e o de mãe/educadora. Esta concepção da mulher, modelo da família burguesa, irá impor-se como paradigma social apesar da sobrevivência das famílias da classe trabalhadora continuar a depender do complemento salarial proveniente do trabalho feminino (Pinto, 2000).

A adopção generalizada do modelo burguês vai gerar nos meios científicos a necessidade de justificar as posições assimétricas ocupadas pelos dois sexos na sociedade (Poeschl, Múrias & Ribeiro, 2003). Por exemplo, os trabalhos de Terman e Miles (1936) vêm conferir legitimidade científica à ideia de que existe uma natureza masculina oposta à natureza feminina: a mulher seria caracterizada pela riqueza das suas emoções, pela sua timidez, pela sua docilidade, preocupando-se com as relações com os outros e os afazeres domésticos enquanto que o homem se preocuparia com os objectos mecânicos, as actividades financeiras, ou as actividades exteriores (Lorenzi-Cioldi, 1994). As diferenças

entre homens e mulheres vão servir para justificar a divisão por sexo das actividades que requerem competências tipicamente masculinas ou femininas (Poeschl, Múrias & Costa, 2004), denominadas instrumentais e expressivas, respectivamente (Parsons & Bales, 1956). Por exemplo, em casa o cuidado dos filhos e da família é o papel da mulher enquanto que ao homem cabe o papel de ganha-pão. No trabalho, estas diferenças vão servir para criar categorias como “trabalho feminino” e “trabalho masculino”, que contribuem para a concentração das mulheres em certos tipos de empregos. A existência de um mercado de trabalho sexualmente segregado vai, por sua vez, legitimar a divisão sexual do trabalho, tornando-a natural do ponto de vista económico (Lagrove, 1991).

Assim, no início do século XX as mulheres não deveriam exercer qualquer profissão, salvo se o baixo rendimento dos maridos assim o justificasse (Barreira, 1994). O trabalho das mulheres casadas era, na maioria das vezes, considerado secundário, assemelhado a uma actividade pontual imposta por condições materiais difíceis e as mulheres invocavam sobretudo motivos económicos para justificar a sua actividade profissional (reforçar o orçamento familiar, permitir que os filhos continuem a estudar). Apenas uma minoria reconhecia trabalhar por gosto ou para ser independente. A actividade profissional da mulher era vista como não tendo valor próprio, como sendo incapaz de fundar uma identidade por si (Lipovetsky, 1997).

As necessidades económicas e conjunturais despoletadas pelas duas Grandes Guerras permitiram um maior acesso das mulheres ao mercado de trabalho, no entanto, esta entrada não foi seguida de uma reforma das mentalidades. Assim, uma vez terminada a guerra, as políticas económicas, que exigiam a devolução dos postos de trabalho à força masculina agora regressada, serviram-se novamente das ideologias da feminilidade, apoiando-se nas “inatas” qualidades das mulheres como mães e domésticas, remetendo de novo as mulheres para o espaço doméstico (Ferreira, 2002).

Em Portugal, a ditadura (1928-1974) contribuiu para que esta mentalidade se mantivesse ainda por muitos anos. O tipo de mulher ideal preconizado pelo Estado Novo continuava a remeter a mulher para o espaço interior da casa e para todas as tarefas que aí se desenvolviam, as únicas capazes de lhe trazer prestígio social. A casa era o seu lugar natural, onde deveria cuidar desta e dos filhos, enquanto que o marido, cuja actividade se desenvolvia fundamentalmente no exterior, deveria prover para que assim fosse. Fora de casa a mulher deveria frequentar um único lugar: a igreja. A importância dada à família neste contexto, leva a que todas as situações consideradas desagregadoras da mesma fossem fortemente desencorajadas, e as principais ameaças que surgiam na sociedade de

então, eram precisamente, o divórcio e o trabalho feminino fora do lar (Pocinho, 1998). “Defendemos que o trabalho da mulher casada e, de uma maneira geral, mesmo o da mulher solteira, não deve ser encorajado; nunca houve uma boa dona de casa, que não tivesse que fazer” (Salazar, 1977, p.96-97).

É apenas na década de 60, com o início da guerra colonial e do surto emigratório¹⁰ que muitas mulheres assumem o sustento das suas famílias, acelerando o seu processo de entrada no mundo do trabalho (Santos & Casimiro, 1997; Pocinho, 1998). Com a abertura do país aos investimentos estrangeiros (instalação de empresas em sectores onde predomina a mão-de-obra feminina: têxteis, vestuário, calçado e electrónica); do aumento em 51% do emprego feminino na indústria; e da explosão do sector terciário, com 33.9% de mulheres empregadas neste sector, as mulheres começam a sair do espaço limitado da casa, convivendo com mulheres e homens fora da rede familiar ou de vizinhança (Tavares, 2000).

Mais tarde, o 25 de Abril de 1974 vai permitir uma maior abertura para as alterações sociais e para a mudança de mentalidades (Pocinho, 1998). As mulheres adquiriram o estatuto de trabalhadoras, verificaram “que afinal têm as mesmas capacidades ou inferioridades, o mesmo potencial ou falta dele, que os homens, donde decorre que devem ter as mesmas oportunidades” (Vicente, 1998 *cit. in* Ferreira, 2002, p.59). Surgem reivindicações igualitárias: “a trabalho igual, salário igual”, abolição de privilégios e gratificações, e ainda, outras reivindicações de carácter mais qualitativo: melhoria das condições de trabalho; reconhecimento dos órgãos representativos (Comissões de Trabalhadores e Sindicais); 40 horas semanais de trabalho; creches; infantários; licença de maternidade (Tavares, 2000).

Assim, o final do século XX veio proporcionar às mulheres uma autonomização considerável do trabalho profissional em relação à vida familiar, tornando-se um valor, um instrumento de realização pessoal, uma actividade reivindicada (Lipovetsky, 1997).

2.3.2.2. Lazer e Tempo Livre

Durante vários séculos o tempo livre foi a recompensa e o privilégio de um nascimento nobre, a marca de uma superioridade pessoal. Pelo contrário, a falta de tempo livre era um sinal de pobreza ou denunciava um espírito mercenário, obcecado pelo lucro. O jugo do trabalho perpétuo era uma prova de dependência, ter tempo livre, pelo contrário,

¹⁰ Entre 1960 e 1973 a emigração atinge mais de 1.4 milhões de portugueses.

permitia a cultura do corpo e do espírito e favorecia a liberdade e a grandeza de alma (Corbin, 1995). Desta forma, os “lazerres”, como implicassem um estilo de vida votado ao tempo livre, raramente eram pensados enquanto produto acessível aos trabalhadores pobres. Tal não significa que os humildes não tivessem os seus divertimentos. A sociedade tradicional concedia-lhes momentos de descontração durante os quais podiam esquecer as suas vidas de trabalho, através dos jogos nas aldeias, das festas, das feiras e das celebrações básicas associadas ao trabalho (rituais de aprendizagem) ou ao calendário rural (carnaval, festa dos Reis, etc.).

Na economia pré-industrial, pela importância do trabalho domiciliário, tornava-se difícil a distinção entre o emprego, a vida familiar e as actividades domésticas, não existindo uma clara distinção entre o tempo de trabalho e o tempo sem trabalho. O tempo do camponês, do artesão e do operário eram porosos, impregnados de imprevistos, abertos à espontaneidade, sujeitos à interrupção fortuita ou recreativa. Este tempo de relativa lentidão, flexível, maleável, ocupado por actividades muitas vezes mal determinadas foi sendo, pouco a pouco, em consequência da industrialização, substituído por um tempo calculado, previsto, ordenado, precipitado da eficácia e da produtividade. Assim, a Revolução Industrial veio trazer uma reformulação dos ritmos do trabalho e impor, consequentemente, uma nova distribuição dos tempos sociais. De facto, a fábrica e as máquinas a vapor exigiam aos seus escravos assalariados seis dias de presença por semana ao longo de todo o ano, sendo frequente o dia de doze horas de trabalho.

Assim, se na sociedade pré-industrial as classes abastadas gozavam ostensivamente, nas suas terras ou nas suas residências particulares, de um estilo de vida em que os lazeres e os negócios eram as duas faces de uma mesma moeda, ao longo desse tempo, a população laboral tentava escapar ao seu trabalho sempre que para tal houvesse ocasião. A reformulação do tempo, decorrente da industrialização, suscitou a reivindicação de autonomia, de um tempo pessoal, de um tempo livre, um tempo de lazer e de distração, também ele, previsto, organizado, cheio e agitado. Surge assim uma “nova” ordem de lazeres que integra um número crescente de empregados e operários. Estas novas categorias sociais da sociedade industrial, suficientemente abastadas para participarem em actividades de lazer, mas que viviam em cidades de construção muito densa, não dispunham, contrariamente à *gentry*, de instalações que lhes permitissem gozar o lazer no seu ambiente habitual, nas suas propriedades. Foi preciso inventar novos tipos de passatempos e diversões para permitir aos assalariados e às camadas superiores do proletariado imitar, a respeitável distância, os privilégios do lazer dos ricos. Inventaram-se

portanto os lazes de grupo e em particular as férias de massas, que se tornaram uma das características da economia da sociedade industrial.

O caminho-de-ferro foi um dos mais poderosos instrumentos de transformação social do século XIX e o seu aparecimento revolucionou incontestavelmente o uso do tempo livre. Ligado às outras inovações que revolucionaram os transportes, esteve na origem da ideia de que as férias, enquanto instituição social, implicavam partir para uma longa viagem. Assim, a viagem tornou-se parte integrante – talvez mesmo a própria essência – das férias. O barco a vapor, cuja técnica fora aperfeiçoada uma geração antes, desempenhou também um papel importante.

A generalização das férias torna-se necessária à conservação da capacidade de trabalho e da saúde dos trabalhadores, para os libertar momentaneamente das tarefas e assim os tornar produtivos para o trabalho. Assim, nos anos 30, na maior parte dos países ocidentais, foram instauradas as férias pagas. E em 1948, o artigo 24º da declaração Universal dos Direitos do Homem, adoptada pelas Nações Unidas, especifica que todas as pessoas têm direito “a férias pagas periódicas”. Desta forma, foi permitido à classe operária entrar na “era do lazer”.

Com o albar do século XX, em todas as actividades de lazer, o tempo da elite dava lugar ao das massas; as estâncias que tinham estado reservadas a uma minoria eram invadidas por gente vulgar e os dirigentes da indústria turística reconheciam que há mais dinheiro a ganhar com as multidões do que com os pequenos grupos.

O fim da Segunda Guerra mundial conduz ao triunfo de um lazer-mercadoria entendido sobretudo como um tempo disponível para o consumo. O campo de férias veio a ser a primeira forma de férias de massas ao longo das décadas que se seguiram à Segunda Guerra Mundial. Mais tarde, os autocarros e os automóveis particulares permitiram aos burgueses e posteriormente aos operários, afastar-se das estâncias mais frequentadas, partir à descoberta do campo e das regiões pitorescas e isoladas. As férias no estrangeiro tornaram-se também populares, mas não constituem um fenómeno de massas antes dos anos 1960s.

A história do uso do tempo livre reproduz, portanto, o esquema geral do desenvolvimento da sociedade industrial, sem deixar de reflectir alguns dos seus paradoxos (Corbin, 1995).

Na actualidade, a semana de 40 horas de trabalho durante 5 dias da semana, já não constitui a norma. Os padrões profissionais são cada vez mais dominados por uma “flexibilidade” e a falta de tempo e escassez do tempo de lazer constituem uma das

discussões sobre a qualidade da vida contemporânea. Com efeito, estudos realizados no domínio *leisure studies* indicam que as pessoas sentem que o tempo de lazer se está a tornar cada vez mais escasso e agitado (Bittman, & Wajcman, 2000).

Contudo, parecem ser sobretudo as mulheres que mais sofrem de “time poverty” (cf. Bittman, & Wajcman, 2000), pelas dificuldades encontradas na conciliação do trabalho com a vida familiar e o lazer. De facto, segundo a Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2002), em cada dia os homens dispõem de quase 1 hora mais para o lazer do que as mulheres. E se analisarmos as concepções de tempo de “trabalho” e “não trabalho”, constatamos que para os homens tempo de “não trabalho” significa, em grande medida, lazer, enquanto que para as mulheres, uma parte não negligenciável do seu tempo de “não trabalho” é ocupado nas tarefas domésticas e de apoio familiar (cf. Müller, 1998; CIDM, 2002), que sendo trabalho efectivo, ganha a conotação de “não trabalho” pelo facto de não ser remunerado (CIDM, 2002).

2.4. Conclusão

A partir desta resenha histórica podemos constatar que a prossecução da realização pessoal nem sempre foi possível para todos os indivíduos. Com efeito, se tivermos por base a “pirâmide motivacional” proposta por Maslow (1954), podemos concluir que durante muitos séculos, pelos menos no que refere às classes menos privilegiadas, a preocupação fundamental era satisfazer as necessidades fisiológicas, isto é, a sobrevivência.

No intuito de conhecer os ideais actuais de realização de homens e mulheres desenvolvemos a presente investigação sobre as representações sociais da realização pessoal.

CAPÍTULO III

METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

CAPÍTULO III

METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

Este capítulo parte dos pressupostos teóricos evidenciados nos primeiros dois capítulos e apresenta a forma como estes foram operacionalizados para analisar o objecto que nos propomos estudar – a realização pessoal.

3.1. Objectivos

O meio social é um factor de construção da realidade, que pode ser compreendida e apreendida pela teoria das representações sociais (Moscovici, 1961, 1976). Com efeito, a investigação ligada às representações sociais tem como objectivo mostrar como se efectua a construção social da realidade, como é que as pessoas formam as suas opiniões, porque é que nem todas as pessoas têm os mesmos pontos de vista, e quais os factores que influenciam o discurso produzido acerca dos objectos sociais.

Assim, a investigação desenvolvida pretende conhecer o discurso dos actores sociais sobre o que é a realização pessoal e tem por objectivos:

(a) descrever as representações sociais relativas à realização pessoal de homens e mulheres, bem como, as representações que atribuem aos membros do endogrupo e do exogrupo, com vista à compreensão dos factores psicossociais associados a essas representações;

(b) analisar o impacto dos estereótipos sexuais nestas representações;

(c) analisar a ancoragem sociológica nas variáveis sexo e estado civil, examinando em que medida os diferentes grupos sociais, com diferentes posições sociais, isto é, diferentes crenças, normas e práticas, formam diferentes representações; e,

(d) analisar a ancoragem psicológica da representação, nomeadamente na crença na existência de diferenças entre os sexos (Poeschl & Pinto, 2001-2).

Esperamos ainda que os estudos desenvolvidos venham a contribuir para uma melhor compreensão dos factores que promovem a desigualdade entre homens e mulheres nas esferas pública e privada.

Partindo do princípio de que a escolha metodológica depende, por definição, dos objectivos que pretendemos alcançar com a investigação (Poeschl, 1992), seguiremos uma metodologia de investigação mista, incluindo técnicas qualitativas e quantitativas, de acordo com o princípio da triangulação de dados e de métodos (cf. Tashakkori & Teddlie,

1998), preconizada pelos autores inseridos na corrente de investigação sobre as representações sociais. Deste modo, a nossa investigação será desenvolvida em dois momentos. Num primeiro momento, faremos o levantamento do campo semântico associado ao conceito de *realização pessoal*. Após a recolha dos atributos que caracterizam o nosso objecto de investigação, num segundo momento, iremos avaliar de que forma se estrutura a representação da realização pessoal e analisar a posição dos indivíduos em função da sua pertença grupal.

3.2. Grupos Seleccionados

A escolha dos grupos sociais está intrinsecamente relacionada com os objectivos do estudo e a metodologia da teoria das representações sociais. Estudos realizados na população portuguesa sobre a organização familiar e as representações das semelhanças e diferenças entre os sexos mostram que existem diferenças nas respostas dos sujeitos consoante o seu sexo ou estado civil (ver, por exemplo, Silva & Poeschl, 2001-2; Poeschl, Múrias, Ribeiro, Silva & Kaiser, 2003).

Desta forma, e com o objectivo de analisar a influência da pertença sexual e do estado civil na organização do pensamento dos sujeitos, utilizámos sujeitos de ambos os sexos e de dois estados civis – solteiros e casados. Os sujeitos de estado civil divorciados, viúvos ou em união de facto foram tratados enquanto pertencentes ao grupo dos casados, devido a possuírem, como os casados, a experiência da conjugalidade – partindo do pressuposto que grupos com as mesmas práticas formam representações equivalentes (Doise, 1992). Da intersecção destes dois critérios, a pertença sexual e o estado civil, obtivemos quatro grupos de sujeitos que esperamos possuírem organizações representacionais diferenciadas.

A selecção dos sujeitos foi efectuada segundo critérios de conveniência, pertencendo maioritariamente a um contexto urbano da zona do Norte de Portugal.

3.3. Estudos

3.3.1. Estudo 1 - Estudo Exploratório

Com o primeiro estudo pretendemos apreender os conceitos/traços que caracterizam o pensamento dos grupos no que se refere à realização pessoal de homens e mulheres. Uma vez que a apreensão das representações sociais geralmente se efectua através do discurso dos sujeitos, a forma mais usual de aceder a esse campo representacional é através da análise daquilo que as pessoas dizem (Poeschl, 1992).

Para esse efeito recorremos à técnica de associação livre de palavras, que consiste em pedir aos sujeitos que espontaneamente produzam uma lista de palavras como reacção ao indutor proposto. Apesar da riqueza e qualidade do material recolhido ser muitas vezes inferior às diversas técnicas de entrevista, na medida em que não permite aceder à forma de organização do discurso dos indivíduos (Poeschl, 1992), facilita a apreensão dos campos semânticos e das suas propriedades estruturais e significantes (Vala, 1981), num menor espaço de tempo.

Neste estudo foram utilizados dois estímulos: metade dos sujeitos definiu a realização pessoal dos homens (Anexo 1) e a outra metade a realização pessoal das mulheres (Anexo 2). A escolha de um plano experimental inter-sujeitos teve como finalidade simplificar a tarefa dos participantes e evitar o efeito de contaminação da apresentação sequencial dos dois estímulos (Breakwell, Hammond & Fife-Schaw, 1997).

As associações livres são, na generalidade, objecto de uma redução simples que visa minimizar a alteração do discurso dos indivíduos. Com base neste procedimento, o primeiro passo do tratamento dos dados foi a redução segundo as regras clássicas das técnicas de análise de conteúdo propostas por Di Giacomo (1981, 1986), como por exemplo: suprimir as palavras “ferramenta”, como artigos e proposições; eliminar as nuances (muito, extremamente); substituir os advérbios pelos adjectivos correspondentes; reduzir as palavras e adjectivos à forma masculina singular; reduzir os verbos à sua forma infinitiva (à excepção do particípio passado e do particípio presente); reduzir as combinações de palavras ao adjectivo correspondente (ex: “mal adaptado” – “inadaptado”; “não conhecido” – “desconhecido”). Também reduzimos as diferentes formas de uma palavra à sua forma mais comum e as palavras que têm de forma evidente o mesmo significado foram reduzidas à palavra mais vulgar (Poeschl, 1992). Posteriormente as proposições de sentido similar foram agrupadas à sua forma mais comum através do acordo de três juizes independentes, de forma a reduzir a influência das representações do investigador ao nível do tratamento dos dados.

Após a redução construímos um dicionário global, composto pela totalidade das palavras evocadas, e vários dicionários específicos, resultantes da junção das palavras associadas a cada indutor (realização pessoal dos homens vs. realização pessoal das mulheres) pelos respondentes de ambos os sexos e estados civis. Sobre estes dicionários efectuámos diversas análises.

A primeira análise realizada foi a análise descritiva de conteúdos, que consiste na análise da amplitude, fluidez e riqueza do material recolhido (Deconchy, 1971, *cit. in* Poeschl, 1992):

a) *Fluidez* – traduz a facilidade de expressão acerca do objecto e corresponde ao número total de palavras evocadas;

b) *Amplitude* – refere-se ao número de traços ou dimensões que se tornam acessíveis quando os sujeitos se exprimem acerca do objecto e corresponde à quantidade de palavras diferentes evocadas pelo estímulo;

c) *Riqueza* – reflecte a riqueza da informação acerca do objecto e é calculada pela razão entre o número de palavras diferentes (amplitude) e o número total de palavras produzidas (fluidez). O índice varia entre 0 e 1, sendo tanto mais elevado quanto mais rica é a informação (Poeschl, 1992).

Posteriormente efectuou-se uma análise comparativa de forma a obter uma medida global da semelhança entre os diversos universos semânticos através do índice de Ellegard. Este índice é calculado através da divisão do número de palavras comuns a dois dicionários específicos pela raiz quadrada do produto do número de palavras diferentes em cada dicionário. O seu valor varia entre 0 e 1, sendo tanto mais elevado quanto maior a proporção de palavras comuns aos dois dicionários (Di Giacomo, 1986).

Foram também efectuadas análises da frequência de evocação de cada palavra, que fornece um indicador da sua importância e relevância (Hampton, 1979, *cit. in* Poeschl, 1992). Com o intuito de verificar se certos traços são significativamente mais acessíveis a determinados grupos de sujeitos ou mais salientes quando se trata de descrever um ou outro alvo (Poeschl, 1992) foram realizadas comparações quantitativas aplicando um teste do qui-quadrado sobre as frequências de evocação das palavras nas diversas condições.

Devido à natureza do material semântico encontrado foi efectuada uma análise de conteúdo complementar, através do processo de categorização, entendido como “uma operação de classificação de elementos constitutivos de um conjunto, por diferenciação e, seguidamente, por reagrupamento segundo o género (analogia), com os critérios previamente definidos” (Bardin, 1995, p. 117). Através do isolamento dos elementos (inventário) e posterior organização das palavras (classificação), procuramos definir categorias com as seguintes qualidades (Bardin, 1995):

a) *exclusão mútua* – cada elemento não pode ser classificado em mais do que uma categoria;

- b) *homogeneidade* – a classificação deve ser governada por um único princípio de classificação;
- c) *pertinência* – as categorias devem ser pertinentes para a investigação e pertencer a um quadro teórico definido;
- d) *objectividade e fidelidade* – os critérios de classificação devem ser aplicados da mesma maneira a todos os elementos;
- e) *produtividade* – um conjunto de categorias é produtivo se fornece resultados férteis.

Por último, na análise dimensional, as diferentes categorias resultantes da análise de conteúdo¹¹, foram submetidas, da mesma forma que o dicionário global e os dicionários específicos, a uma análise da frequência de evocação de cada categoria por cada grupo, e a uma análise comparativa dessas frequências através do teste do qui-quadrado. Finalmente, foi efectuada uma análise factorial de correspondências sobre as frequências de cada grupo em cada dimensão. Esta técnica permite transformar as relações entre dados quantitativos e dados qualitativos em dimensões passíveis de interpretação e permitir uma melhor visualização, através da apresentação gráfica da relação entre as variáveis e as categorias, da importância de cada categoria para os diferentes grupos de sujeitos (Poeschl, 2000).

As diversas análises efectuadas tiveram também por objectivo seleccionar as palavras a incluir no Estudo 2. Assim, seleccionámos as palavras mais frequentes dentro de cada categoria, que por serem mais acessíveis serão provavelmente também as mais relevantes, ou que, não tendo uma frequência elevada ou permitiam diferenciar os grupos ou definiam melhor a categoria.

3.3.2. Estudo 2

O segundo estudo teve como objectivo avaliar de que forma se estrutura a representação da realização pessoal, analisar em que medida esta representação está ancorada nas variáveis sociológicas sexo e estado civil, ou seja, como a posição dos indivíduos é influenciada pelos seus grupos de pertença, e em alguns factores psicológicos.

Este estudo foi realizado através de um questionário constituído por escalas de opinião, o que permite efectuar análises mais complexas e mais adequadas aos objectivos da investigação.

¹¹ Denominamos estas categorias de dimensões da realização pessoal.

O questionário, composto por cinco partes (ver Anexo 5), foi concebido com conceitos seleccionados a partir da análise do Estudo 1 e escalas retiradas da literatura.

A primeira parte do questionário era destinada a descrever as representações sociais relativas à realização pessoal de homens e mulheres, bem como, as representações que atribuem aos membros do endogrupo e do exogrupo. Nesta parte apresentámos aos sujeitos 31 atributos seleccionados do Estudo 1 e pedimos-lhes para indicarem a sua importância para a sua própria realização pessoal, para a realização pessoal dos homens e para a realização pessoal das mulheres. Partimos do pressuposto que as diferentes comparações assim induzidas iam levar os indivíduos a modular as opiniões expressas em relação à realização pessoal (cf. Doise, 1990; Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992).

Perguntámos ainda aos sujeitos em que medida consideravam que a sua opinião era semelhante à dos homens e à das mulheres em geral e em que medida se consideravam uma pessoa realizada.

As restantes partes do questionário incluíam escalas retiradas da literatura e itens criados por nós. Assim, na segunda parte, com o intuito de analisar a ancoragem psicológica da representação em alguns valores e prioridades, incluímos as escalas Sucesso, Poder e Competição e Conflito entre as Relações Familiares e Profissionais da *Gender Role Conflict Scale I* (O'Neil, Helms, Gable, David & Wrightsman, 1986). A primeira constitui uma medida da ênfase colocada na realização/sucesso, autoridade e controlo sobre os outros, e na luta pelo ganho pessoal. A segunda refere-se ao nível de stress/perturbação experimentado devido ao choque entre o trabalho ou escola e a vida pessoal e familiar. Incluímos também itens criados por nós que pretendem analisar a importância de decidir/ter poder em diversas esferas, como a família, o trabalho, a vida afectiva ou o lazer.

Partindo da afirmação de Jaspars e Fraser (1984) "the most distinctive characteristic of social representations is that they are shared by many individuals and as such constitute a social reality which can influence individual behaviour" (p.123), procuramos analisar em que medida a representação social da realização pessoal estaria associada à intenção comportamental dos sujeitos. Assim, na terceira parte do questionário, incluímos 21 aspirações a concretizar no próximo ano relativas às dimensões retiradas da análise de conteúdo do estudo exploratório.

Na quarta parte do questionário, procuramos analisar em que medida os papéis tradicionais e não tradicionais de realização despertavam emoções positivas e/ou negativas. Para esse efeito, apresentámos aos participantes uma breve descrição de 4 personagens,

duas do sexo masculino e duas do sexo feminino, que pretendiam caracterizar os papéis tradicionais, o papel masculino de ganha-pão e o papel feminino de prestador de cuidados à família, e não tradicionais de género. Posteriormente pedimos aos sujeitos para indicarem a intensidade das emoções despertadas por cada uma das personagens.

Na quinta parte procuramos ainda analisar a ancoragem psicológica da representação na crença nas diferenças entre os sexos (Poeschl & Pinto, 2001-2). Uma vez que vários estudos parecem indicar que o grau de crença na existência de diferenças entre os sexos constitui um factor determinante na formação das opiniões sobre as práticas familiares e sobre a igualdade entre homens e mulheres (ver, por exemplo: Poeschl & Silva, 2001; Poeschl & Pinto, 2001-2; Poeschl, 2001-2).

Por último, efectuámos a recolha dos dados sócio-demográficos.

As respostas dos sujeitos às várias partes do questionário foram submetidas a análises factoriais em componentes principais, de modo a reduzir o número inicial de variáveis a um conjunto mais limitado de dimensões de significado. Esta técnica, baseada na análise das matrizes dos coeficientes de correlação, permite descrever e interpretar a maneira como as diferentes variáveis se relacionam, e explorar a estrutura subjacente a um conjunto de variáveis (Poeschl, 2000). Desta forma, possibilita a obtenção de uma visão mais estruturada e acessível das concepções dos sujeitos relativamente ao assunto em causa. A leitura e interpretação de cada dimensão é complementada pelos valores das médias e desvio-padrão das respostas a cada item, que fornecem uma indicação do grau de concordância e da dispersão das respostas dos sujeitos. A partir das soluções factoriais, construímos escalas calculando a média dos itens reunidos nos factores, verificando a sua consistência interna pelo valor do *Alpha de Cronbach*.

Para avaliar as diferenças entre os grupos, na forma como avaliam as diferentes dimensões da representação social da realização pessoal, calculou-se em cada escala, as respectivas médias por grupos de sujeitos, entendidas como centros de gravidade da posição desses grupos (Doise, Clémence & Lorenzi-Cioldi, 1992). De seguida, realizaram-se análises de variância para evidenciar a significância dessas diferenças de média, ou seja, para revelar a existência de efeitos principais e interacções significativas das variáveis independentes nas diferentes escalas em análise. Finalmente efectuaram-se correlações para analisar as relações entre as diversas variáveis.

CAPÍTULO IV

ESTUDO 1 – ESTUDO EXPLORATÓRIO

CAPÍTULO IV

ESTUDO 1 – ESTUDO EXPLORATÓRIO

Neste capítulo apresentamos os resultados do primeiro estudo, de carácter exploratório, a partir do qual construímos o questionário utilizado no segundo estudo.

4.1. Objectivos

Este primeiro estudo tem como principal objectivo captar e analisar o campo semântico associado ao conceito de realização pessoal em função do grupo alvo: homens vs. mulheres, bem como, identificar possíveis diferenças nas representações consoante a pertença sexual e o estado civil dos respondentes.

4.2. Método

4.2.1. Amostra

A nossa amostra é composta por 132 sujeitos. 65 são do sexo masculino e 67 do sexo feminino, sendo 62 solteiros, 62 casados e 8 divorciados¹². Os solteiros, com idades compreendidas entre os 19 e os 45 anos ($M=25.53$) têm em média .03 filhos e os casados, com idades compreendidas entre os 23 e os 67 anos ($M=41.06$) têm em média 1.66 filhos. A amostra é constituída essencialmente por sujeitos de nacionalidade Portuguesa (98.5%). No que refere à profissão, cerca de metade dos solteiros são estudantes (39%) e a outra metade são quadros médios da administração e serviços (48%); os casados são, na sua maioria (64%), quadros médios e empregados da administração e serviços; 26% são funcionários da indústria e do comércio; e, 10% não têm actividade profissional. Quanto à religião 91% são católicos, dos quais 43% são praticantes. No que refere à tendência política 31% dos sujeitos são de tendência política de esquerda, 15% de centro, 22% de direita e 32% não têm tendência política.

4.2.2. Questionário e Procedimento

Foram construídas duas versões do questionário de associação livre (Anexos 1 e 2), nas quais, depois de afirmada a confidencialidade e o anonimato das respostas, se pedia aos sujeitos: “Escreva, por favor, o que acha que é a **REALIZAÇÃO PESSOAL** dos **HOMENS**” ou “Escreva, por favor, o que acha que é a **REALIZAÇÃO PESSOAL** das

¹² Para tratamento dos dados agrupamos os divorciados com os casados (ver Capítulo III).

MULHERES", consoante a versão. Por último seguiam-se as perguntas referentes à recolha dos dados sócio-demográficos. Após a realização de um pré-teste o questionário, de auto-administração, foi distribuído pelo investigador, ou colaboradores deste, directamente aos participantes. O Quadro 1 ilustra a repartição dos sujeitos pelas condições experimentais.

Quadro 1

Distribuição dos sujeitos pelas condições experimentais.

| Sexo | Estado civil | Alvo | | TOTAL |
|-------------------|--------------|-------------------------------|---------------------------------|-------|
| | | Realização Pessoal dos Homens | Realização Pessoal das Mulheres | |
| Homens | Solteiros | 15 | 15 | 30 |
| | Casados | 16 | 19 | 35 |
| Mulheres | Solteiros | 15 | 17 | 32 |
| | Casados | 16 | 19 | 35 |
| Total de Sujeitos | | 62 | 70 | 132 |

4.2.3. Desenho Experimental

O desenho experimental é um desenho 2(Alvo de descrição: homens vs. mulheres) x 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), inteiramente inter-sujeitos.

4.3. Resultados e Discussão

Após a recolha dos dados, estes foram tratados segundo as regras de redução propostas por Di Giacomo (1981, 1986) e enunciadas no Capítulo III. Construímos um dicionário global e vários dicionários específicos (ver Capítulo III) sobre os quais efectuámos quatro tipos de análises destinadas a descrever os diferentes campos semânticos e evidenciar as diferenças entre os grupos: análise descritiva, análise da semelhança, análise de conteúdo e análise dimensional (ver Capítulo III).

4.3.1. Análise Descritiva

Os resultados da análise descritiva de conteúdos – amplitude, fluidez e riqueza (ver Capítulo III) – para o dicionário global e para os dicionários específicos são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2

Realização Pessoal: Fluidez, Amplitude e Riqueza dos campos semânticos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL |
|-----------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | |
| Fluidez | 221 | 241 | 462 | 255 | 355 | 610 | 1072 |
| Amplitude | 48 | 52 | 55 | 49 | 48 | 57 | 60 |
| Riqueza | .22 | .22 | .12 | .19 | .14 | .09 | .06 |

Da análise do Quadro 2 podemos constatar que o dicionário global das concepções sobre a realização pessoal é constituído por 1072 palavras, das quais 60 são diferentes, com uma frequência de evocação que varia entre 1 e 61, possuindo uma riqueza de .06. A análise dos valores da fluidez, amplitude e riqueza sugere que estamos perante um estímulo bastante consensual e delimitado, na medida em que o número de palavras diferentes é reduzido, reflectindo-se numa fraca riqueza do campo semântico associado ao conceito de realização pessoal.

A análise comparativa dos dicionários específicos em função do alvo, permite constatar que o campo semântico associado ao alvo feminino se destaca pela superioridade do número de palavras evocadas (610 palavras), comparativamente com o dicionário masculino (462 palavras). No entanto, na medida em que a amplitude é semelhante para ambos os dicionários (realização pessoal dos homens: 55 palavras diferentes; realização pessoal das mulheres: 57 palavras diferentes), o dicionário masculino revela-se mais rico (.12) que o dicionário feminino (.09).

Analisando a contribuição dos respondentes em função do seu sexo de pertença constatamos que as mulheres se destacam pelo maior número de palavras evocadas (355 palavras) mas também pela menor riqueza (.14) quando se pronunciam relativamente à realização feminina, e, pela maior amplitude (52 palavras diferentes) e riqueza (.22) quando se referem à realização masculina. Os homens, por seu lado, na medida em que apresentam índices aproximados, parecem possuir uma representação da realização pessoal de estrutura semelhante para ambos os alvos.

Uma análise mais fina, que toma em consideração o estado civil dos sujeitos (ver Quadro 3), não permite concluir que haja diferenças entre solteiros e casados.

Quadro3

Realização Pessoal: Fluidez, Amplitude e Riqueza dos campos semânticos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | | TOTAL |
|-----------|-------------------------------|-----|----------|-----|---------------------------------|-----|----------|-----|-------|
| | Homens | | Mulheres | | Homens | | Mulheres | | |
| | S | C | S | C | S | C | S | C | |
| Fluidez | 112 | 109 | 127 | 114 | 129 | 126 | 162 | 193 | 1072 |
| Amplitude | 40 | 40 | 43 | 41 | 43 | 41 | 39 | 42 | 60 |
| Riqueza | .36 | .37 | .34 | .36 | .24 | .22 | .33 | .33 | .06 |

Nota: S=Solteiros; C=Casados

4.3.2. *Análise da Semelhança*

Com o intuito de clarificar as diferenças entre os universos semânticos foi efectuada uma análise da semelhança através do índice de Ellegard (ver Capítulo III). Os resultados são apresentados no Quadro 4.

Quadro 4

Semelhança dos campos semânticos segundo o índice de Ellegard.

| Realização Pessoal Homens vs. Mulheres | RP dos Homens vs. RP das Mulheres | RP dos Homens Homens vs. Mulheres | RP das Mulheres Homens vs. Mulheres |
|--|-----------------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------|
| | | | |
| Índice Ellegard | .93 | .93 | .80 |

Nota: RP=Realização Pessoal

A análise dos índices expressos no Quadro 4 leva a concluir que, no geral, há grande consenso relativamente ao estímulo, existindo no entanto variações consoante os grupos em análise. Podemos constatar uma forte semelhança entre os campos semânticos associados à realização pessoal pelos respondentes masculinos e femininos, e, entre o campo semântico associado à realização pessoal dos homens e o campo semântico associado à realização pessoal das mulheres ($R_n=.93$ para ambos os casos). As diferenças surgem quando comparamos a opinião dos sujeitos de ambos os sexos relativamente a um alvo concreto: homens ou mulheres. Assim, é relativamente à realização pessoal das mulheres que o consenso é menor ($R_n=.80$) encontrando-se a opinião sobre a realização pessoal dos homens num ponto intermédio ($R_n=.90$).

4.3.3. *Análise de Conteúdo*

Dada a natureza das palavras evocadas foi efectuada uma análise de conteúdo (ver Capítulo III), que deu origem a sete categorias de realização pessoal denominadas, por ordem de fluência: Pessoal, Social, Familiar, Material, Afectiva e Lazer.

4.3.3.1. *Dimensão Pessoal*

A dimensão Pessoal constitui a dimensão mais evocada, com um total de 294 palavras evocadas, na qual foram incluídas 17 palavras diferentes com uma frequência de evocação que varia entre 1 e 53, que podem ser visualizadas no Quadro 5.

Quadro 5

Dimensão Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|--------|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | | | |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| Beleza | 5 | 7 | 12 | 19 | 22 | 41 | 53 | 14.79*** | | |
| Auto-estima | 6 | 5 | 11 | 11 | 17 | 28 | 39 | 6.56** | | |
| Independência | 2 | 3 | 5 | 14 | 16 | 30 | 35 | 16.46*** | | |
| Saúde | 12 | 3 | 15 | 2 | 13 | 15 | 30 | | 4.27* | 6.67** |
| Felicidade | 14 | 1 | 15 | 3 | 8 | 11 | 26 | | 9.60** | |
| Alcançar objectivos | 9 | 4 | 13 | 5 | 3 | 8 | 21 | | | |
| Conhecimento | 3 | 3 | 6 | 3 | 11 | 14 | 20 | | | |
| Personalidade forte | 0 | 1 | 1 | 9 | 8 | 17 | 18 | 12.50*** | | |
| Bem estar | 1 | 5 | 6 | 1 | 5 | 6 | 12 | | | |
| Maturidade | 4 | 2 | 6 | 2 | 2 | 4 | 10 | | | |
| Paz | 3 | 0 | 3 | 0 | 3 | 3 | 6 | | | |
| Responsabilidades | 1 | 0 | 1 | 4 | 0 | 4 | 5 | | | |
| Motivação | 2 | 1 | 3 | 1 | 1 | 2 | 5 | | | |
| Aproveitar a vida | 0 | 0 | 0 | 2 | 3 | 5 | 5 | | | |
| Defeitos | 0 | 3 | 3 | 0 | 1 | 1 | 4 | | | |
| Longevidade | 2 | 1 | 3 | 1 | 0 | 1 | 4 | | | |
| Fé | 1 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | | | |

* $p \leq 05$; ** $p \leq 01$; *** $p \leq 001$

Como se pode ver do Quadro 5 esta dimensão inclui aspectos que dizem respeito à vertente mais individual da realização pessoal, na medida em que inclui aspectos físicos como a “beleza” e a “saúde” ou o “bem estar”, mas também aspectos de personalidade como “auto-estima”, “independência” e “personalidade forte”. Encontram-se também nesta categoria palavras com um significado mais vasto mas que podem ser sinónimo de realização pessoal como “felicidade” ou “paz”, ou mesmo palavras únicas como “fé”.

Um teste do qui-quadrado aplicado sobre as frequências de evocação permite constatar que a “beleza”, a “auto-estima”, a “independência” e a “personalidade forte” estão significativamente mais associadas à realização feminina ($\chi^2=14.79$, $p<.001$; $\chi^2=6.56$, $p<.01$; $\chi^2=16.46$, $p<.001$ e $\chi^2=12.50$, $p<.001$, respectivamente), sendo essa opinião suportada tanto pelos homens como pelas mulheres. A “saúde” é uma palavra que é significativamente mais evocada pelos sujeitos quando referem a realização dos elementos do seu próprio grupo, mas que quase desaparece quando se referem à realização do exogrupo (realização masculina: $\chi^2=4.27$, $p<.05$; realização feminina: $\chi^2=6.67$, $p<.01$), o que traduz que é uma área importante para a realização pessoal mas que não é saliente quando se pensa no sexo oposto. A mesma tendência de resposta é encontrada no que refere à “felicidade”, no entanto, as diferenças apenas são significativas para a realização masculina ($\chi^2=9.60$, $p<.01$).

4.3.3.2. Dimensão Social

A dimensão Social é a segunda dimensão mais importante com 12 palavras diferentes com uma frequência de evocação entre 3 e 32.

A realização pessoal através da dimensão Social passa pela importância da rede social de apoio (“amigos”, “conviver com os amigos” e “dar-se bem com os outros”); da intervenção na sociedade (“ajudar o próximo”, “papel activo na sociedade civil”) ou reivindicação (“direitos”, “igualdade”); mas também pelo lado da promoção social (“reconhecimento”, “poder”, “sucesso” e “estatuto social”).

O Quadro 6 revela que “reconhecimento” e “ajudar o próximo” têm igual importância para a realização masculina e feminina. Contudo os “direitos” e a “igualdade” são palavras unicamente associadas à realização feminina ($\chi^2=15.06$, $p<.001$; $\chi^2=12.07$, $p<.001$, respectivamente), os direitos especialmente pelos homens ($\chi^2=8.47$, $p<.01$). Este resultado pode dever-se ao facto das mulheres não percepcionarem como injusta ou desigual a sua posição na família e/ou na sociedade (Mikula, 1998).

Por seu lado, unicamente as mulheres referem ser importante para a sua realização “dar-se bem com os outros” ($\chi^2=5.14$, $p<.05$), e, mais do que os homens, referem ser importante para a sua realização os “amigos” ($\chi^2=11.53$, $p<.001$). À realização masculina é associado o “poder” mas apenas por parte das mulheres ($\chi^2=9.09$, $p<.01$). Estes dois resultados parecem sugerir alguma influencia dos estereótipos sexuais na representação das mulheres.

Quadro 6

Dimensão Social: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|--------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | | | |
| Amigos | 7 | 8 | 15 | 1 | 16 | 17 | 32 | | | 11.53*** |
| Reconhecimento | 4 | 9 | 13 | 11 | 7 | 18 | 31 | | | |
| Ajudar o próximo | 6 | 4 | 10 | 6 | 8 | 14 | 24 | | | |
| Poder | 0 | 11 | 11 | 8 | 4 | 12 | 23 | | 9.09** | |
| Direitos | 0 | 0 | 0 | 15 | 2 | 17 | 17 | 15.06*** | | 8.47** |
| Igualdade | 0 | 0 | 0 | 9 | 5 | 14 | 14 | 12.07*** | | |
| Dar-se bem com os outros | 3 | 3 | 6 | 0 | 7 | 7 | 13 | | | 5.14* |
| Conviver com os amigos | 3 | 5 | 8 | 0 | 3 | 3 | 11 | | | |
| Vida social activa | 1 | 1 | 2 | 3 | 5 | 8 | 10 | | | |
| Papel activo na sociedade civil | 2 | 2 | 4 | 2 | 3 | 5 | 9 | | | |
| Sucesso | 3 | 2 | 5 | 3 | 0 | 3 | 8 | | | |
| Estatuto social | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 3 | | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

Uma análise que compara as frequências relativamente ao Alvo e ao Estado Civil dos respondentes (ver Anexo 4) evidencia apenas duas diferenças significativas devidas ao estado civil. Os casados, mais do que os solteiros, acham importante os “direitos” para a realização feminina ($\chi^2=5.88, p<.01$), resultado que pode estar relacionado com o facto da vivência da conjugalidade salientar a situação de desigualdade de direitos das mulheres; Inversamente, os solteiros, mais do que os casados, acham importante o “convívio com os amigos” para a realização masculina ($\chi^2=6.13, p<.01$). Este resultado vai de encontro à opinião de Badinter (1996), segundo a qual a companhia dos pares é mais importante para os rapazes do que para as raparigas, procurando estes a vida em grupo e as actividades e desportos colectivos, sobretudo durante a adolescência.

4.3.3.3. Dimensão Familiar

A dimensão Familiar da realização pessoal inclui 6 palavras diferentes cujas frequências de evocação variam entre 2 e 61.

Como se pode ver no Quadro 7, a dimensão familiar inclui as duas palavras com maior frequência de evocação: “filhos” e “família”, o que indica que a realização pessoal está muito associada à constituição de família e que esta passará por casar e ter filhos. No entanto, se existe consenso relativamente à importância da “família” para a realização pessoal de homens e mulheres, o mesmo não se passa relativamente aos “filhos” e ao

“casamento”, sendo estes considerados mais importantes para a realização feminina do que para a realização masculina (filhos: $\chi^2=9.44$, $p<.01$; casamento: $\chi^2=9.82$, $p<.01$). Estes resultados vão de encontro à literatura que atribui principalmente à mulher o cuidado com os filhos (Wille, 1995) e à importância que o casamento tem tido ao longo da história no processo de vida das mulheres (cf. Lipovetsky, 1997).

Quadro 7

Dimensão Familiar: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | | | |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| Filhos | 10 | 8 | 18 | 17 | 26 | 43 | 61 | 9.44** | | |
| Família | 11 | 15 | 26 | 13 | 17 | 30 | 56 | | | |
| Casamento | 6 | 1 | 7 | 11 | 15 | 26 | 33 | 9.82** | | |
| Bom relacionamento familiar | 4 | 2 | 6 | 2 | 9 | 11 | 17 | | | |
| Acomodados nas tarefas caseiras | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 3 | | | |
| Pais | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 2 | | | |

* $p\leq 05$; ** $p\leq 01$; *** $p\leq 001$

4.3.3.4. Dimensão Material

A dimensão Material inclui 9 palavras diferentes cuja frequência de evocação varia entre 4 e 29. Essas palavras mostram a realização pessoal através do ter, algumas vezes indicativo do estatuto social. Contrariamente à dimensão anterior, a dimensão material está mais associada à realização masculina, com as palavras “carro topo de gama” ($\chi^2=19.86$, $p<.001$), “riqueza” ($\chi^2=7.58$, $p<.01$) e “comer bem” ($\chi^2=7.69$, $p<.01$). Mas essa parece ser sobretudo a opinião das mulheres, dado que são as mulheres que atribuem maior importância ao “carro topo de gama” ($\chi^2=5.33$, $p<.05$) e ao “comer bem” ($\chi^2=4.08$, $p<.05$) para a realização masculina. Mais uma vez, as mulheres parecem ter uma representação da realização masculina de acordo os estereótipos e com os ditados populares “os homens apanham-se pela boca”.

Quadro 8

Dimensão Material: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|-------|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | | | |
| Carro topo de gama | 7 | 20 | 27 | 2 | 0 | 2 | 29 | 19.86*** | 5.33* | |
| Boas condições económicas | 3 | 3 | 6 | 4 | 11 | 15 | 21 | | | |
| Riqueza | 7 | 9 | 16 | 3 | 0 | 3 | 19 | 7.58** | | |
| Casa | 4 | 7 | 11 | 5 | 2 | 7 | 18 | | | |
| Dinheiro | 3 | 3 | 6 | 3 | 5 | 8 | 14 | | | |
| Estabilidade económica | 3 | 3 | 6 | 3 | 4 | 7 | 13 | | | |
| Comer bem | 2 | 10 | 12 | 1 | 0 | 1 | 13 | 7.69** | 4.08* | |
| Roupa | 2 | 1 | 3 | 5 | 0 | 5 | 8 | | | |
| Carro | 0 | 0 | 0 | 2 | 2 | 4 | 4 | | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

4.3.3.5. Dimensão Profissional

Nesta categoria incluímos 5 palavras ou expressões com frequências que variam entre 3 e 46 e que podem ser visualizadas no Quadro 9. A análise desse quadro revela que, se não existem diferenças entre homens e mulheres no que refere ao desejo do “sucesso profissional” ou mesmo do “reconhecimento profissional”, as mulheres, mais do que os homens, consideram ser importante para a sua realização pessoal o exercício de uma “profissão gratificante” ($\chi^2=7.04, p<.01$). Estes dados podem ser devidos ao facto de, como afirmam Larson, Richards e Perry-Jenkins (1994), as obrigações não-negociáveis que as mulheres possuem em casa as tornarem mais vulneráveis ao stress no trabalho, justificando assim a importância de uma profissão que seja gratificante.

Quadro 9

Dimensão Profissional: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|-----------------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|-----|--------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | | | |
| Profissão gratificante | 9 | 13 | 22 | 5 | 19 | 24 | 46 | | | 7.04** |
| Sucesso profissional | 11 | 7 | 18 | 2 | 8 | 10 | 28 | | | |
| Profissão | 6 | 2 | 8 | 8 | 5 | 13 | 21 | | | |
| Reconhecimento profissional | 3 | 2 | 5 | 3 | 4 | 7 | 12 | | | |
| Estatuto profissional | 0 | 2 | 2 | 0 | 1 | 1 | 3 | | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

4.3.3.6. Dimensão Afectiva

Da dimensão Afectiva fazem parte 8 palavras com frequências entre 1 e 28. Pode-se ver do Quadro 10 que fazem parte da realização afectiva a realização através do amor, que passa por “amar” e “ser amado”, concretizado no seio de uma “relação amorosa” com a “cara metade”. O “sucesso com o sexo oposto” é um aspecto da realização afectiva apenas associado à realização masculina ($\chi^2=5.14, p<.05$), e as mulheres acham mais importante o “sexo” para a realização masculina do que os próprios homens o acham ($\chi^2=7.56, p<.01$). As mulheres parecem representar a dimensão afectiva de forma mais estereotipada, considerando que homens e mulheres possuem uma vivência amorosa diferenciada: as mulheres dariam mais importância ao aspecto romântico das relações e os homens à questão sexual (cf. Lipovetsky, 1997).

Quadro 10

Dimensão Afectiva: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | | | |
| Sexo | 2 | 14 | 16 | 5 | 7 | 12 | 28 | 7.56** | | |
| Amar | 5 | 2 | 7 | 3 | 10 | 13 | 20 | | | |
| Encontrar a cara metade | 3 | 1 | 4 | 6 | 5 | 11 | 15 | | | |
| Relação amorosa | 4 | 1 | 5 | 3 | 7 | 10 | 15 | | | |
| Ser amado | 4 | 2 | 6 | 3 | 5 | 8 | 14 | | | |
| Companheiro atraente | 2 | 3 | 5 | 2 | 0 | 2 | 7 | 5.14* | | |
| Sucesso com o sexo oposto | 4 | 3 | 7 | 0 | 0 | 0 | 7 | | | |
| Mulher que o sustente | 0 | 1 | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | | | |

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$

4.3.3.7. Dimensão Lazer

A dimensão menos relevante para a realização pessoal é o Lazer, estando incluídas nesta categoria 3 palavras com frequências de evocação entre 13 e 22, conforme mostra o Quadro 11. Esta dimensão inclui o “lazer” propriamente dito, as “férias”, que pressupõem frequentemente o viajar, e o “futebol”. As diferenças entre os grupos apenas são significativas no que refere à importância dada ao futebol, estando este mais associado à realização masculina ($\chi^2=7.69, p<.01$), conforme aos resultados de Silva e Poeschl (2001-2).

Quadro 11

Dimensão Lazer: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL | χ^2 | | |
|---------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|----------|-----|-----|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | | 3-6 | 1-2 | 4-5 |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | | | | |
| Lazer | 4 | 5 | 9 | 3 | 10 | 13 | 22 | | | |
| Férias/viajar | 4 | 5 | 9 | 4 | 7 | 11 | 20 | | | |
| Futebol | 4 | 8 | 12 | 0 | 1 | 1 | 13 | 7.69** | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

4.3.4. Análise Dimensional

Com o intuito de clarificar as opiniões dos diferentes grupos acerca das diferentes dimensões da realização pessoal foi aplicado um teste do qui-quadrado sobre as frequências de evocação destas dimensões consoante o sexo e o estado civil dos respondentes. No que refere ao Estado Civil não foram encontradas diferenças significativas entre os grupos (ver Anexo 3). Os resultados relativos ao Sexo podem ser visualizados no Quadro 12.

Quadro 12

Dimensões da Realização Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado quando significativos.

| | Realização Pessoal dos Homens | | | Realização Pessoal das Mulheres | | | TOTAL |
|--------------|-------------------------------|----------|-------|---------------------------------|----------|-------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | |
| | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | |
| Pessoal | 65 | 39 | 104 | 77 | 113 | 190 | 294 |
| Social | 29 | 47 | 76 | 58 | 61 | 119 | 195 |
| Familiar | 31 | 28 | 59 | 45 | 68 | 113 | 172 |
| Material | 31 | 56 | 87 | 28 | 24 | 52 | 139 |
| Profissional | 29 | 26 | 55 | 18 | 37 | 55 | 110 |
| Afectiva | 24 | 27 | 51 | 22 | 34 | 56 | 107 |
| Lazer | 12 | 18 | 30 | 7 | 18 | 25 | 55 |
| TOTAL | 221 | 241 | 462 | 255 | 355 | 610 | 1072 |

χ^2

| | 3-6 | 1-2 | 4-5 | 1-4 | 2-5 | 1-5 |
|--------------|----------|-------|-------|--------|----------|----------|
| Pessoal | 24.57*** | 6.01* | 6.45* | | 35.06*** | 12.41*** |
| Social | 9.05** | | | 9.01** | | 10.68** |
| Familiar | 16.33*** | | 4.28* | | 15.84*** | 13.09*** |
| Material | 8.32** | 6.62* | | | 12.01*** | |
| Profissional | | | 5.89* | | | |
| Afectiva | | | | | | |
| Lazer | | | 4.0* | | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$

A análise dos resultados registados no Quadro 12 permite constatar que as dimensões mais importantes para a realização pessoal, ou seja, as dimensões *Pessoal*, *Social* e *Familiar*, reúnem 62% do total das frequências de evocação, sendo a dimensão *Lazer*, a menos importante, com apenas 5% das frequências evocadas.

A comparação das frequências relativas às diferentes condições experimentais também permite constatar que as dimensões são associadas diferentemente consoante o indutor e o sexo dos respondentes. Assim, as dimensões *Pessoal*, *Social* e *Familiar* são mais associadas à realização feminina do que à realização masculina (pessoal: $\chi^2=24.57$, $p<.001$; social: $\chi^2=9.05$, $p<.01$ e familiar: $\chi^2=16.33$, $p<.001$), enquanto que, a dimensão *Material* é mais associada à realização masculina do que à realização feminina ($\chi^2=8.32$, $p<.01$). Relativamente à realização feminina, as mulheres mais do que os homens consideram importantes as dimensões: *Pessoal* ($\chi^2=6.45$, $p<.05$), *Familiar* ($\chi^2=4.28$, $p<.05$), *Profissional* ($\chi^2=5.89$, $p<.05$) e de *Lazer* ($\chi^2=4.0$, $p<.05$). No que refere à realização masculina, os homens consideram mais importante do que as mulheres a dimensão *Pessoal* ($\chi^2=6.01$, $p<.05$), enquanto que as mulheres consideram mais importante do que os homens a dimensão *Material* ($\chi^2=6.62$, $p<.05$).

Quando analisamos separadamente as respostas dos homens e das mulheres constamos que os homens apenas diferenciam a dimensão *Social* ($\chi^2=9.01$, $p<.01$), associando-a mais à realização feminina do que à realização masculina. Por sua vez as mulheres associam mais à realização feminina as dimensões *Pessoal* ($\chi^2=35.06$, $p<.001$) e *Familiar* ($\chi^2=15.84$, $p<.01$) e à realização masculina a dimensão *Material* ($\chi^2=12.01$, $p<.001$). Quando comparamos as respostas dos sujeitos relativamente à realização pessoal do seu próprio grupo constatamos que as mulheres consideram mais do que os homens que a realização pessoal é através das dimensões *Pessoal* ($\chi^2=12.41$, $p<.001$), *Social* ($\chi^2=10.68$, $p<.01$) e *Familiar* ($\chi^2=13.09$, $p<.001$).

A única dimensão que não apresenta qualquer diferença significativa entre os grupos é a dimensão *Afectiva*, o que parece indicar que se trata de uma dimensão cuja importância é consensual.

Estes resultados podem ser melhor visualizados por meio de uma análise factorial de correspondências (AFC), tendo por base as quatro condições experimentais resultantes da combinação das variáveis independentes Alvo e Sexo dos sujeitos. O Quadro 13 e a Figura 1 apresentam os resultados deste procedimento, que explica no total 6.5% da inércia total ($\chi^2=69.16$, $p<.001$).

Quadro 13

Dimensões da Realização Pessoal. Análise Factorial de Correspondências.

Overview Row Points(a)

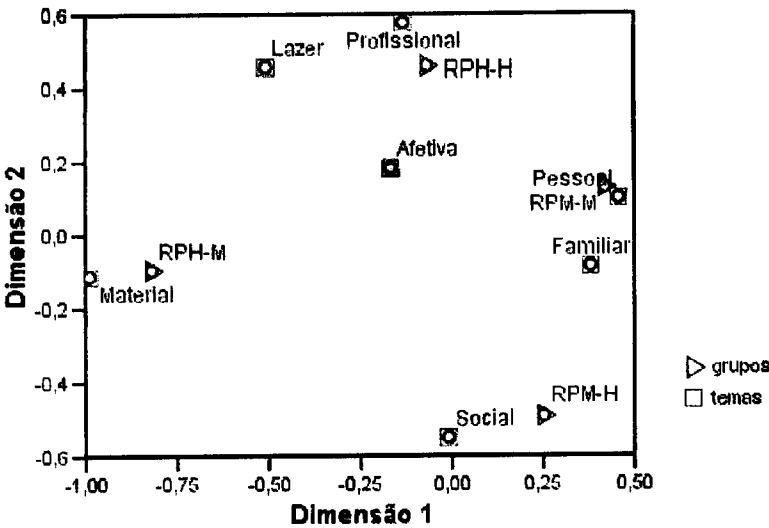
| Temas | Mass | Score in Dimension | | Inertia | Contribution | | | | |
|--------------|-------|--------------------|-------|---------|----------------------------------|-------|----------------------------------|------|-------|
| | | 1 | 2 | | Of Point to Inertia of Dimension | | Of Dimension to Inertia of Point | | |
| | | | | | 1 | 2 | 1 | 2 | Total |
| Afectiva | .100 | -.167 | .182 | .001 | .012 | .031 | .633 | .364 | .997 |
| Material | .130 | -.989 | -.113 | .029 | .564 | .015 | .984 | .006 | .990 |
| Pessoal | .274 | .457 | .100 | .014 | .254 | .025 | .943 | .022 | .965 |
| Familiar | .160 | .380 | -.085 | .006 | .103 | .011 | .922 | .022 | .944 |
| Social | .182 | -.009 | -.549 | .006 | .000 | .506 | .001 | .988 | .988 |
| Profissional | .103 | -.133 | .575 | .004 | .008 | .313 | .100 | .900 | 1.000 |
| Lazer | .051 | -.508 | .456 | .005 | .059 | .098 | .587 | .228 | .815 |
| Active Total | 1.000 | | | .065 | 1.000 | 1.000 | | | |

Overview Column Points(a)

| Grupos | Mass | Score in Dimension | | Inertia | Contribution | | | | |
|--------------|-------|--------------------|-------|---------|----------------------------------|-------|----------------------------------|------|-------|
| | | 1 | 2 | | Of Point to Inertia of Dimension | | Of Dimension to Inertia of Point | | |
| | | | | | 1 | 2 | 1 | 2 | Total |
| RPH-H | .206 | -.068 | .459 | .006 | .004 | .401 | .038 | .820 | .857 |
| RPH-M | .225 | -.820 | -.096 | .034 | .671 | .019 | .988 | .006 | .995 |
| RPM-M | .331 | .418 | .131 | .014 | .258 | .053 | .905 | .043 | .947 |
| RPM-H | .238 | .251 | -.490 | .010 | .067 | .527 | .341 | .624 | .964 |
| Active Total | 1.000 | | | .065 | 1.000 | 1.000 | | | |

Figura 1

Dimensões da Realização Pessoal. Análise Factorial de Correspondências.



Nota: RPH-H=Realização Pessoal dos Homens respondentes masculinos; RPH-M=Realização Pessoal dos Homens respondentes femininos; RPM-H=Realização Pessoal das Mulheres respondentes masculinos; RPM-M=Realização Pessoal das Mulheres respondentes femininos.

Como se pode ver do Quadro 13 e da Figura 1, a primeira dimensão (variância explicada - 78.5%) suporta sobretudo a opinião dos respondentes femininos sobre a realização pessoal – opondo a realização masculina à realização feminina. A realização masculina sendo mais expressa através da dimensão *Material* e a realização feminina através da dimensão *Pessoal*. Por seu lado, a segunda dimensão (variância explicada - 18.2%), expressa a opinião dos respondentes masculinos. Revela que os homens definem a realização pessoal masculina sobretudo através da dimensão *Profissional* e a realização feminina na esfera *Social*.

Assim, enquanto que as mulheres opõem o ser ao ter, os homens consideram que a realização pessoal masculina se traduz pelo exercício do papel instrumental e a realização feminina pelo papel expressivo (cf. Parson & Bales, 1956).

4.4. Conclusão

Os nossos resultados revelam que a realização pessoal é um conceito multifacetado ao qual estão associadas diversas dimensões: pessoal, social, familiar, material, profissional, afectiva e de lazer. Para além disso, as diferentes análises efectuadas parecem indicar que a representação da realização pessoal possui características específicas consoante se trata da realização pessoal masculina ou feminina: aos homens é associada essencialmente a esfera material, o ter (carro topo de gama, riqueza, poder), o lazer (comer bem, futebol), e o sucesso com o sexo oposto; enquanto que às mulheres é associado o ser (auto-estima, independência, personalidade forte), a esfera familiar (filhos, casamento), a esfera social (direitos, igualdade) e a preocupação com a imagem (beleza). Estes resultados vão no sentido de outros estudos realizados, por exemplo, sobre as representações das semelhanças e das diferenças entre homens e mulheres (Silva & Poeschl, 2001-2) onde continua a ser típico os homens terem uma vida social activa (associando aos homens bebida, futebol, noctívago, café, desporto, jogar, mulherengo) e as mulheres ocuparem-se principalmente da família e da sua aparência (associando às mulheres trabalho doméstico, cabeleireiro, pintura, telenovela, filhos, arrumar, cozinhar, limpar, beleza).

Sabendo que a situação de comparação social tende a acentuar as diferenças entre os grupos e as semelhanças dentro dos grupos, conduzindo a avaliações enviesadas em dimensões relevantes para a definição dos grupos (por exemplo: Tajfel & Turner, 1986; Oakes, Haslam & Turner, 1998), o Estudo 2 vai procurar analisar a representação social da realização pessoal consoante se salienta a identidade pessoal ou a pertença grupal.

CAPÍTULO V

ESTUDO 2

CAPÍTULO V

ESTUDO 2

Neste capítulo apresentamos o segundo estudo realizado por meio de um questionário de opinião, destinado a avaliar de que forma se estrutura a representação da realização pessoal e analisar a sua ancoragem sociológica e psicológica.

5.1. Objectivos e Hipóteses

Após a recolha dos elementos que constituem o universo semântico da realização pessoal, o segundo estudo, realizado por meio de um questionário de escalas de opinião, teve como objectivos: (a) captar as representações sociais da realização pessoal de indivíduos de ambos os sexos, bem como, as representações que atribuem aos membros do endogrupo e do exogrupo; (b) analisar o impacto dos estereótipos sexuais nestas representações; (c) analisar a ancoragem sociológica das representações nas variáveis sexo e estado civil; (d) perceber de que forma as representações formadas se encontram ancoradas em algumas variáveis psicológicas, nomeadamente na crença na existência de diferenças entre os sexos (Poeschl & Pinto, 2001-2); e, por último (f) analisar em que medida os ideais de realização tradicionais (homem: esfera pública; mulher: esfera privada) e não tradicionais (homem: esfera privada; mulher: esfera pública) despertam diferentes reacções emocionais.

As hipóteses colocadas foram as seguintes. Dado que os estereótipos sexuais associam aos homens a independência, afirmação, dominância e instrumentalidade e às mulheres a submissão, expressividade e orientação para os outros (cf. Archer & Lloyd, 1985; Amâncio, 1994; Silva & Poeschl, 2001-2), prevemos que uma comparação entre a representação da realização pessoal masculina e a representação da realização pessoal feminina leva a associar a realização masculina à esfera pública e a realização feminina à esfera privada (Hipótese 1a). Pelo contrário, quando a identidade pessoal é tornada saliente, a representação da realização pessoal será idêntica para homens e mulheres (Hipótese 1b). Esperamos ainda, com base nos resultados de estudos sobre as representações das diferenças entre os sexos (cf. Poeschl, 2001-2; Poeschl, Múrias, Ribeiro, Silva & Kaiser, 2003; Poeschl, Pinto, Múrias, Silva & Ribeiro, 2003), que os casados apresentem uma representação mais de acordo com o estereótipo do que os solteiros (Hipótese 2).

Vários estudos realizados em Portugal (ver, por exemplo: Poeschl & Silva, 2001; Poeschl, 2001-2; Poeschl & Pinto, 2001-2), parecem indicar que o grau de crença na existência de diferenças entre os sexos traduz, de forma geral, o grau de conservadorismo social dos indivíduos. Com base nestes resultados, esperamos que um maior grau de crença nas diferenças entre os sexos esteja relacionado com uma representação da realização pessoal mais de acordo com o estereótipo (Hipótese 3).

Por último, tendo em conta que os estereótipos sociais desempenham um papel importante na criação e preservação de diferenciações positivamente valorizadas, dum grupo, em relação a outros grupos sociais (Tajfel, 1982), esperamos que as personagens que apresentam papéis sexuais tradicionais despertem emoções mais positivas do que as personagens que apresentam papéis não tradicionais (Hipótese 4). Esta hipótese também é suportada por estudos que mostram que as mulheres que não exibem atributos “femininos” e os homens que não exibem atributos “masculinos” são avaliados menos favoravelmente do que aqueles que o fazem, e que descrições de mulheres não-tradicionais são avaliadas menos favoravelmente do que descrições de mulheres tradicionais (cf. Heilman, 2001; Rudman & Glick, 2001).

5.2. Método

5.2.1. Amostra

A amostra é constituída por 171 sujeitos, sendo 85 do sexo masculino e 86 do sexo feminino, dos quais 88 são solteiros, 76 são casados, 2 em união de facto, 3 são divorciados e 2 são viúvos¹³. Os solteiros, com idades compreendidas entre 18 e 37 anos (25 anos em média), não têm filhos, e, cerca de metade (52%) são estudantes ou trabalhadores-estudantes, 38% exercem uma actividade profissional na área da administração e serviços e 10% estão desempregados. Os casados, com idades compreendidas entre os 22 e os 70 anos (39 anos em média), reportam ter, em média, 1.2 filhos e trabalham, na sua maioria (73%), na área da administração e serviços, sendo 10% quadros superiores, 41% quadros médios e 22% empregados. Quanto à religião 88% dos respondentes são católicos, dos quais 55% não praticantes e 3% são de outras religiões. No que refere à tendência política 43% não têm tendência política, 20% são de tendência política de esquerda, 15% de centro, e, 22% de direita.

¹³ Para tratamento dos dados agrupamos as pessoas em união de facto, os divorciados e os viúvos com os casados (ver Capítulo III).

5.2.2. *Questionário e Procedimento*

Este segundo estudo foi realizado por meio de um questionário de opinião (ver Anexo 5), composto por cinco partes.

Na primeira parte, destinada a conhecer a estrutura da representação social da realização pessoal, após se apresentar a temática do estudo pedia-se aos sujeitos para indicarem, numa escala de 7 pontos (1=nada importante; 7=muito importante), em que medida os 31 atributos propostos (resultantes do estudo exploratório - ver Quadro 14) são importantes para: (a) a **SUA** definição da Realização Pessoal; (b) a definição dos **HOMENS** em geral; e (c) a definição das **MULHERES** em geral.

Com o intuito de obtermos uma indicação sobre a “identificação” dos sujeitos com a opinião do endogrupo e do exogrupo, perguntámos ainda em que medida consideravam que a sua opinião era semelhante à dos homens e à das mulheres em geral (1=a minha opinião é totalmente diferente; 7=a minha opinião é idêntica), e, por último, em que medida se consideravam uma pessoa realizada (1=nada realizada; 7=completamente realizada).

Na segunda parte, destinada a analisar a ancoragem psicológica da representação da realização pessoal em valores e prioridades, incluímos:

a) 13 proposições relativas à necessidade de poder que foram retirados do Factor: Sucesso, Poder e Competição da *Gender Role Conflict Scale I* (O’Neil, Helms, Gable, David & Wrigtsman, 1986): “Ascender na carreira profissional é importante para mim; Ganhar dinheiro faz parte da minha ideia de ser uma pessoa bem sucedida; Às vezes defino o meu valor pessoal pelo meu sucesso profissional; Avalio o valor das outras pessoas pelo seu nível de realização e de sucesso; Preocupo-me com o falhar e como isso pode afectar a minha prestação como pessoa; Sair-me sempre bem é importante para mim; Muitas vezes sinto que tenho de tomar conta daqueles que me rodeiam; Competir com os outros é a melhor forma de ser bem sucedido/a; Ganhar é uma medida do meu valor pessoal; Luto por ser melhor sucedido/a do que os outros; Muitas vezes preocupo-me com a forma como os outros avaliam a minha performance no trabalho ou escola; Ser mais inteligente ou forte que os outros é importante para mim; Gosto de me sentir superior às outras pessoas”.

b) 6 proposições relativas ao conflito entre os papéis familiar e profissional que se referem ao Factor: Conflito entre as Relações Familiares e Profissionais da *Gender Role Conflict Scale I* (O’Neil, Helms, Gable, David & Wrigtsman, 1986): “Sinto-me dividido/a entre o meu horário de trabalho apertado e cuidar da minha saúde; A minha carreira, profissional ou escolar, afecta a qualidade do meu tempo familiar/livre; Encontrar tempo

para relaxar é difícil para mim; A minha necessidade de trabalhar ou estudar mantém-me afastado da minha família ou lazer mais do que gostaria; O meu trabalho ou escola muitas vezes prejudica outras partes da minha vida (família, saúde, lazer...); Excesso de trabalho e stress causados pela necessidade de ser bem sucedido/a no trabalho ou na escola afectam a minha vida”.

c) 8 proposições criadas por nós que pretendem avaliar a importância de decidir/ter poder em diversas esferas: “Para mim é muito importante poder decidir o rumo da minha vida sentimental/emocional; Para mim é muito importante decidir que educação dar aos meus filhos; É fundamental para mim decidir quanto à minha vida profissional; Para mim a única forma de liderar é através do exercício de cargos políticos; É importante para mim poder decidir no que se refere à gestão dos tempos livres e lazer; É importante para mim tomar decisões no que se refere à organização da casa e do lar; É importante para mim ter influência sobre o meu grupo de amigos; Para mim é importante poder escolher a forma de organizar a minha vida privada”.

Sobre estas escalas pedimos aos sujeitos para se pronunciarem numa escala de 7 pontos que varia entre 1=discordo totalmente e 7=concordo totalmente.

Na terceira parte, destinada a analisar a ancoragem psicológica em diversas aspirações, pedimos aos sujeitos que referissem o seu grau de acordo, na mesma escala de 7 pontos, em investir tempo e esforço na concretização de 21 aspirações durante o próximo ano. Estes itens foram adaptados das “aspirações segundo o grau de privação relativa” utilizados por Cabral (1997), de forma a replicarem as dimensões retiradas da análise de conteúdo do estudo exploratório: “Ter mais cuidado com o meu corpo; Comprar o carro dos meus sonhos; Ser promovido/a; Praticar desporto; Dedicar-me mais à minha relação afectiva; Comprar/mudar/melhorar a casa; Lutar por uma sociedade mais justa; Casar/investir mais no meu casamento; Passear; Passar mais tempo com os meus amigos; Ter filhos/dedicar-me mais aos filhos; Mudar de emprego; Ter sucesso com o sexo oposto; Passar mais tempo com a família; Pensar mais em mim; Ser reconhecido/a no meu trabalho; Passar férias no estrangeiro; Alcançar um lugar de destaque na sociedade; Ser independente; Ser rico/a; Melhorar a minha vida sexual”.

A quarta parte pretende analisar em que medida os papéis tradicionais e não tradicionais de género despertam emoções positivas e negativas. Para tal, apresentámos aos sujeitos quatro personagens, duas do sexo masculino e duas do sexo feminino, que pretendiam ilustrar os papéis tradicionais e não tradicionais de género. Assim, para as personagens tradicionais, a personagem masculina (João) era apresentada num papel

instrumental ou agêntico e a personagem feminina (Susana) desempenhando um papel expressivo ou comunal, ocorrendo o inverso para as personagens não tradicionais (Paulo e Cristina). A apresentação era a seguinte:

O **João** é um profissional bem sucedido e a principal fonte de sustento da sua família. No entanto, devido às exigências da sua profissão, muitas vezes é impedido de passar os fins-de-semana com a sua mulher e os dois filhos.

O **Paulo**, por seu lado, optou por investir na família. Tem um emprego pouco exigente mas que lhe deixa bastante tempo livre para se dedicar à família e ao lar.

A **Cristina** é uma profissional de sucesso. É casada, tem 2 filhos e é a principal fonte de sustento da sua família. No entanto, as exigências da sua profissão levam-na muitas vezes a passar pouco tempo com a sua família.

A **Susana** dedica a maior parte do seu tempo e esforço à família. Para isso, arranjou um emprego pouco exigente mas que lhe permite ter bastante tempo livre para a família e o lar.

De seguida pedimos aos sujeitos para indicarem a intensidade das emoções que as quatro personagens lhes despertavam numa escala de 7 pontos, onde 1 significa que o sentimento despertado é “nada forte” e 7 significa que o sentimento despertado é “muito forte”. A avaliação das emoções despertadas foi feita através de uma lista de 9 emoções provenientes da selecção da Escala da Izard (Isen, 1987) efectuada por Silva (1999)¹⁴.

Na quinta parte, destinada a analisar a ancoragem psicológica da representação da realização pessoal na crença nas diferenças entre os sexos, pedimos aos sujeitos para afirmarem o seu grau de acordo com 4 itens relativos ao grau de crença nas diferenças entre os sexos (Poeschl & Pinto, 2001-2): “Há actividades que correspondem mais às competências dos homens ou das mulheres; Os homens e as mulheres têm interesses diferentes; Há diferenças psico-fisiológicas entre homens e mulheres; Os homens e as mulheres têm competências diferentes”; mais um item sobre a diferença de ideais de vida: “Os homens e as mulheres têm ideais de vida diferentes”.

Por último efectuamos a recolha dos dados sócio-demográficos: sexo, idade, nacionalidade, estado civil, número de filhos, profissão e situação profissional, religião e tendência política.

¹⁴ Das 32 emoções da escala de Izard (Isen, 1987), Silva obteve uma selecção de 10 emoções resultantes de um pré-teste com uma amostra de 40 estudantes do ensino superior que avaliaram as emoções despertadas ou por um Homem ideal ou por uma Mulher ideal. Retiramos ainda a timidez cujo estudo seguinte realizado pela mesma autora identificou uma fraca correlação com as restantes emoções.

Após a realização de um pré-teste o questionário, de auto-administração, foi distribuído pelo investigador, ou colaboradores deste, directamente aos participantes. O grupo dos solteiros foi recolhido maioritariamente em contexto de aula, por colegas do investigador. O grupo dos casados foi obtido mediante o pedido de colaboração efectuado através de contactos de colegas do investigador. Para assegurar uma maior confidencialidade das respostas os questionários foram entregues dentro de um envelope permitindo aos respondentes fechá-lo após o preenchimento.

5.2.3. Análise dos Dados

Para o tratamento dos dados recolhidos efectuámos, separadamente para cada uma das partes do questionário, uma análise factorial em componentes principais com rotação varimax. Das soluções factoriais extraídas para cada parte do questionário, e com base na análise dos valores do *Alpha de Cronbach*, construímos diferentes escalas calculando a média dos itens reunidos nos factores, que nos permitiram calcular as várias avaliações médias dos sujeitos por dimensões. Posteriormente aplicámos uma análise da variância sobre estas médias para determinar as diferenças significativas em função das variáveis independentes incluídas no desenho experimental. Por último, realizámos correlações para analisar as relações entre as variáveis em análise (ver Capítulo III).

5.3. Resultados e Discussão

5.3.1. Representação da Realização Pessoal e Ancoragem Sociológica

Para analisar a ancoragem da representação nas variáveis sexo e estado civil aplicámos uma análise factorial em componentes principais sobre as 31 palavras associadas à realização pessoal retiradas do estudo exploratório que extraiu seis factores com valor próprio superior a um e que explicam no total 55.30% da variância. A saturação de cada item no factor e a sua média e desvio padrão são apresentadas no Quadro 14.

Quadro 14

Realização Pessoal: Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão.

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | Factor 5 | Factor 6 | | |
|---|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|--------------|--------------------------|
| | 12.86% | 12.12% | 8.69% | 8.12% | 7.58% | 5.92% | | |
| | $\alpha = .83$ | $\alpha = .80$ | $\alpha = .69$ | $\alpha = .73$ | $\alpha = .71$ | $\alpha = .53$ | Média | Desvio Padrão |
| <i>Familiar e Afectiva</i> | | | | | | | | |
| Casamento | .81 | .11 | -.03 | -.04 | -.01 | -.09 | 5.10 | 1.66 |
| Filhos | .75 | .11 | .05 | .08 | .09 | -.12 | 5.80 | 1.36 |
| Família | .73 | -.15 | .13 | .09 | .15 | .12 | 6.22 | 0.99 |
| Amar | .69 | -.10 | -.01 | -.02 | .39 | .09 | 5.94 | 1.26 |
| Ser amado | .62 | .01 | .12 | .16 | .04 | .28 | 6.34 | 0.98 |
| Futebol* | -.54 | .26 | .38 | .07 | -.05 | -.35 | 4.08 | 2.22 |
| Casa | .53 | .00 | -.01 | -.06 | .32 | .32 | 5.91 | 1.16 |
| | | | | | | | 5.60 | 0.97 |
| <i>Material e de Estatuto Social</i> | | | | | | | | |
| Riqueza | -.14 | .82 | .02 | .12 | -.06 | .03 | 5.31 | 1.42 |
| Dinheiro | -.02 | .75 | .11 | -.12 | .15 | .10 | 5.84 | 1.13 |
| Poder | -.24 | .68 | .25 | .19 | .00 | -.08 | 5.22 | 1.49 |
| Carro topo de gama | -.32 | .65 | .16 | .03 | -.06 | -.35 | 4.36 | 1.90 |
| Roupa | .35 | .65 | -.26 | -.07 | -.06 | .19 | 5.21 | 1.47 |
| Reconhecimento social | .17 | .60 | .23 | .14 | -.04 | .16 | 5.44 | 1.35 |
| Beleza | .14 | .52 | -.20 | .14 | .27 | -.17 | 5.45 | 1.33 |
| Viajar | .10 | .36 | -.03 | .18 | -.06 | .33 | 5.32 | 1.23 |
| | | | | | | | 5.27 | 0.92 |
| <i>Interpessoal</i> | | | | | | | | |
| Conviver com os amigos | .04 | .05 | .69 | .16 | .22 | .06 | 6.04 | 1.03 |
| Comer bem | .03 | .07 | .62 | .11 | .05 | .05 | 5.30 | 1.29 |
| Ter amigos | .11 | -.05 | .60 | .18 | .35 | .16 | 6.34 | 0.90 |
| Sexo | -.11 | .27 | .59 | .24 | -.04 | -.12 | 6.09 | 1.06 |
| Dar-se bem com os outros | .33 | -.11 | .44 | .03 | .21 | .37 | 5.93 | 1.07 |
| | | | | | | | 5.94 | 0.71 |
| <i>Afirmação Profissional e Pessoal</i> | | | | | | | | |
| Profissão gratificante | .07 | .08 | .11 | .80 | .18 | .12 | 6.13 | 1.10 |
| Sucesso profissional | .05 | .13 | .23 | .72 | .24 | -.03 | 6.21 | 1.04 |
| Personalidade forte | .06 | .04 | .11 | .56 | .10 | .22 | 5.62 | 1.18 |
| Independência | -.02 | -.05 | .38 | .52 | .25 | .18 | 6.12 | 1.10 |
| Sucesso com o sexo oposto | -.04 | .40 | .18 | .48 | -.08 | -.05 | 5.99 | 1.17 |
| | | | | | | | 6.02 | 0.77 |
| <i>Intrapessoal</i> | | | | | | | | |
| Alcançar objectivos | .16 | .00 | .15 | .26 | .71 | -.01 | 6.07 | 1.08 |
| Bem-estar | .18 | .04 | .15 | .08 | .67 | .22 | 6.37 | 0.85 |
| Auto-estima | .24 | .02 | .20 | .21 | .66 | .10 | 6.16 | 0.98 |
| | | | | | | | 6.20 | 0.78 |
| <i>Direitos e Lazer</i> | | | | | | | | |
| Direitos | -.01 | .08 | .12 | .21 | .37 | .57 | 6.19 | 1.01 |
| Igualdade | .42 | -.07 | .01 | .10 | .21 | .51 | 5.72 | 1.36 |
| Lazer | .05 | .19 | .37 | .22 | .00 | .47 | 5.96 | 0.94 |
| | | | | | | | 5.96 | 0.80 |

* valor invertido no cálculo da média

A análise das médias permite verificar que todas as dimensões extraídas são consideradas pelos sujeitos como importantes para a definição da realização pessoal (todas as médias superiores a 5).

O *primeiro factor* está associado à realização pessoal através da família enquanto contexto de afectos, na medida em que junta as palavras “casamento”, “filhos”, “família” e “casa” à dimensão afectiva com as palavras “amar” e “ser amado”. Assim, a família pode ser vista enquanto uma instituição formalizada pelo casamento, que tem lugar num espaço concreto – a casa – e que funciona como o principal contexto de afectos a nível conjugal e filial. O “futebol” parece estar neste caso negativamente associado com a família, porventura incompatível com a vida familiar, no entanto, trata-se de um item para o qual existe pouco consenso, expresso pelo elevado desvio-padrão (2.22).

O *segundo factor* remete para os sinais exteriores da realização pessoal, os aspectos materiais como a “riqueza”, o “dinheiro”, “carro topo de gama”, “roupa” e “viagens” e o estatuto social com o “reconhecimento social” e o “poder”. A “beleza” surge aqui também como um aspecto exterior da realização pessoal. No global, este factor é aquele que os sujeitos consideram de menor importância para a realização pessoal.

O *terceiro factor* refere-se à vertente interpessoal e relacional da realização pessoal, o contacto com os outros, salientando o “conviver com os amigos”, o “ter amigos” e “dar-se bem com os outros”, fazendo parte desse relacionamento com os outros o “comer bem” e o “sexo”. Assim, o sexo parece ser considerado como mais uma forma de relacionamento interpessoal.

O *quarto factor* está associado à realização pessoal pela afirmação profissional: “sucesso profissional”, “profissão gratificante” e pela afirmação pessoal: “personalidade forte”, “independência” e “sucesso com o sexo oposto”.

O *quinto factor* refere-se a uma dimensão intrapessoal da realização que passa pelo “bem-estar”, promovido por uma boa “auto-estima” e pelo “alcançar de objectivos”. Este factor é aquele que os sujeitos em geral atribuem maior importância.

O *sexto factor* remete para a questão dos “direitos” e da “igualdade”. O facto do “lazer” aparecer associado às palavras direitos e igualdade pode significar que seja entendido como um direito – o direito ao lazer.

Assim, a solução factorial reproduz aproximadamente a nossa análise de conteúdo, embora a repartição dos itens seja, por vezes, diferente da nossa categorização.

De acordo com o desenho experimental procurou-se evidenciar o efeito das variáveis independentes sobre as dimensões da realização pessoal. Para tal foi realizada uma análise da variância 3(Alvo de descrição: eu vs. homens vs. mulheres) x 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), com o primeiro factor intra-sujeito, sobre as médias de cada uma dessas dimensões (ver Quadro 15).

Quadro 15

Realização Pessoal. Médias em função do Alvo de descrição, do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=nada importante; 7=muito importante). Análise da variância.

| | Realização Própria | | | | Realização dos Homens | | | | Realização das Mulheres | | | |
|----------------------------------|--------------------|------|----------|------|-----------------------|------|----------|------|-------------------------|------|----------|------|
| | Homens | | Mulheres | | Homens | | Mulheres | | Homens | | Mulheres | |
| | S | C | S | C | S | C | S | C | S | C | S | C |
| Familiar e Afectiva | 5.32 | 5.94 | 6.16 | 6.47 | 4.69 | 4.84 | 4.53 | 4.74 | 6.16 | 5.96 | 6.30 | 6.17 |
| Material e de Estatuto Social | 4.57 | 4.40 | 4.52 | 4.67 | 5.40 | 5.55 | 5.83 | 5.74 | 5.74 | 5.76 | 5.55 | 5.49 |
| Interpessoal | 6.16 | 6.00 | 6.27 | 5.96 | 6.00 | 5.89 | 6.37 | 6.07 | 5.48 | 5.52 | 5.91 | 5.65 |
| Afirmação Profissional e Pessoal | 6.08 | 6.05 | 6.25 | 6.05 | 6.03 | 6.05 | 6.32 | 6.15 | 5.78 | 5.87 | 5.90 | 5.71 |
| Intrapessoal | 6.25 | 6.27 | 6.64 | 6.69 | 5.92 | 5.78 | 6.15 | 6.21 | 5.98 | 5.90 | 6.29 | 6.31 |
| Direitos e Lazer | 6.09 | 5.97 | 6.36 | 6.32 | 5.74 | 5.46 | 5.61 | 5.71 | 6.06 | 5.75 | 6.26 | 6.10 |

Nota: S= solteiros; C= casados

Análise da variância.

| | Alvo | Sexo | Estado Civil | Alvo*Sexo | Alvo* Estado Civil | Sexo* Estado Civil | Alvo*Sexo* Estado civil |
|----------------------------------|-----------|----------|--------------|-----------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|
| | F(2,334) | F(1,167) | F(1,167) | F(2,334) | F(2,334) | F(1,167) | F(2,334) |
| Familiar e Afectiva | 340.03*** | 9.88** | 4.38* | 22.44*** | 13.51*** | 0.13 | 1.75 |
| Material e de Estatuto Social | 244.28*** | 0.45 | 0.00 | 11.01*** | 0.12 | 0.00 | 3.27* |
| Interpessoal | 64.96*** | 5.01* | 4.30* | 4.90** | 1.04 | 1.48 | 0.43 |
| Afirmação Profissional e Pessoal | 18.86*** | 0.86 | 0.72 | 1.70 | 0.20 | 1.16 | 0.12 |
| Intrapessoal | 39.20*** | 14.86*** | 0.02 | 0.28 | 0.24 | 0.32 | 0.31 |
| Direitos e Lazer | 50.72*** | 5.13* | 2.02 | 2.78 | 1.16 | 1.14 | 0.96 |

*** $p \leq .001$; ** $p \leq .01$; * $p \leq .05$

A observação do Quadro 15 revela que a representação da realização pessoal apresenta variações em função do Alvo de avaliação e do Sexo e Estado Civil dos respondentes. Com o intuito de facilitar a compreensão das diferenças na opinião dos sujeitos iremos analisar os efeitos e interações para cada factor de realização separadamente.

5.3.1.1. Dimensão Familiar e Afectiva

No que refere à importância da dimensão Familiar e Afectiva para a realização pessoal, a análise do Quadro 15 permite observar um efeito principal de Alvo, de Sexo e de Estado Civil. O efeito significativo de Alvo indica que os respondentes acham que esta dimensão é mais importante para a realização feminina do que para a realização própria, sendo ainda menos importante para a realização masculina (realização feminina: 6.15; realização própria: 5.97; realização masculina: 4.70; todas as médias significativamente diferentes segundo o teste *LSD* para comparações múltiplas, $p < .05$). O efeito significativo de Sexo mostra que as mulheres consideram esta dimensão mais importante do que os homens (mulheres: 5.73; homens: 5.48), e o efeito significativo de Estado Civil salienta que são os casados que atribuem maior importância a esta dimensão (casados: 5.69; solteiros: 5.52). A análise revelou ainda duas interacções significativas, entre Alvo e Sexo e entre Alvo e Estado Civil. A decomposição destas interacções mostra que os sujeitos concordam relativamente à importância desta dimensão para a realização masculina (homens: 4.76; mulheres: 4.64; $t(169) = .97$, *ns*; solteiros: 4.61; casados: 4.80; $t(169) = 1.56$, *ns*) e feminina (homens: 6.06; mulheres: 6.23; $t(155.67) = 1.91$, *ns*; solteiros: 6.22; casados: 6.07; $t(155.95) = 1.73$, *ns*), mas diferem relativamente à importância para a realização própria, atribuindo as mulheres mais importância do que os homens (homens: 5.61; mulheres: 6.31; $t(169) = 6.29$, $p < .001$) e os casados mais do que os solteiros (solteiros: 5.73; casados: 6.21; $t(169) = 4.12$, $p < .001$). Assim, a dimensão familiar e afectiva é mais valorizada na própria realização pessoal pelas mulheres, de acordo com o estereótipo (cf. Silva & Poeschl, 2001-2), mas também é mais valorizada, de forma geral, pelos casados do que pelos solteiros.

5.3.1.2. Dimensão Material e de Estatuto Social

Relativamente à importância da dimensão Material e de Estatuto Social para a realização pessoal, o efeito significativo de Alvo indica que os sujeitos consideram esta dimensão menos importante para a sua própria realização do que para a realização masculina ou para a realização feminina (realização masculina: 5.63; realização feminina: 5.64; realização própria: 4.54, ambas as diferenças significativas segundo o teste *LSD* para comparações múltiplas, $p < .05$). Para além disso, a interacção significativa entre Alvo e Sexo revela que os sujeitos concordam com a fraca importância desta dimensão para a sua própria realização (homens: 4.49; mulheres: 4.60; $t(169) = .80$, *ns*), mas julgam esta

dimensão mais importante para o exogrupo do que para o endogrupo (realização masculina: homens: 5.47; mulheres: 5.78; $t(169)=2.97$, $p=.003$; realização feminina: homens: 5.75; mulheres: 5.52; $t(169)=2.17$, $p=.031$). Por fim, a decomposição da interação significativa entre Alvo, Sexo e Estado Civil mostra que existe uma diferença nas respostas dos sujeitos solteiros na avaliação da importância dos bens materiais e do estatuto social para a realização masculina: mais do que os homens solteiros, as mulheres solteiras acham que esta dimensão é importante para a realização masculina (homens: 5.40; mulheres: 5.82, $t(86)=2.95$, $p=.004$).

Na medida em que os sujeitos consideram esta dimensão menos importante que as restantes – possivelmente um atributo negativo – estes resultados podem ser analisados à luz da teoria da identidade social (cf. Tajfel, 1978; Tajfel & Turner, 1986) segundo a qual numa situação de comparação inter-grupos, os indivíduos tendem a considerar os atributos negativos como não típicos do endogrupo mas típicos do exogrupo (Voci, 2000), de forma a manter uma identidade social positiva.

5.3.1.3. Dimensão Interpessoal

Relativamente à importância da dimensão Interpessoal para a realização pessoal, o efeito significativo de Alvo mostra que os sujeitos consideram o relacionamento com os outros menos importante para a realização feminina e tão importante para a realização própria como para a realização masculina (realização própria: 6.10; realização masculina: 6.08; realização feminina: 5.64, ambas as diferenças significativas segundo o teste de *LSD* para comparações múltiplas, $p<.05$). O efeito significativo de Sexo mostra que as mulheres atribuem maior importância a esta dimensão do que os homens (mulheres: 6.04; homens: 5.84). Por sua vez, o efeito significativo de Estado Civil revela que são os solteiros mais do que os casados quem atribui maior importância à dimensão interpessoal para a realização pessoal (solteiros: 6.03; casados: 5.85). A interação significativa entre o Alvo e o Sexo revela, ainda, que os sujeitos concordam no que refere à importância desta dimensão para a realização própria (homens: 6.09; mulheres: 6.11; $t(169)=.27$, *ns*) mas discordam relativamente à sua importância para realização masculina e feminina, atribuindo as mulheres maior importância que os homens tanto para a realização masculina (homens: 5.94; mulheres: 6.22; $t(159.46)=2.72$, $p=.007$) como para a realização feminina (homens: 5.50; mulheres: 5.78; $t(169)=2.60$, $p=.010$). Estes resultados são conformes a estudos realizados sobre as representações dos homens e das mulheres (Silva & Poeschl, 2001-2)

segundo o qual os homens são dados às relações com outros. No entanto esta visão estereotipada da realização pessoal é sobretudo a opinião das mulheres.

5.3.1.4. Dimensão Afirmação Profissional e Pessoal

Relativamente à importância da dimensão Afirmação Profissional e Pessoal para a realização pessoal, não foram revelados efeitos de Sexo ou de Estado Civil. No entanto, os sujeitos possuem uma opinião diferente consoante o Alvo. Com efeito, o efeito significativo de Alvo mostra que os sujeitos consideram a afirmação profissional e pessoal tão importante para a realização própria como para a realização masculina e menos importante para a realização feminina (realização própria: 6.11; realização masculina: 6.14; realização feminina: 5.82, ambas as diferenças significativas segundo o teste de *LSD* para comparações múltiplas, $p < .05$). Estes resultados sugerem que, apesar de tanto os sujeitos do sexo masculino como do sexo feminino considerarem a afirmação profissional e pessoal importante para a sua própria realização pessoal, numa situação de comparação social a representação formada vai de encontro ao estereótipo de que o homem é o “ganha-pão” (cf. Pinto, 2000; Valentine, 2001), sendo a dimensão afirmação profissional e pessoal significativamente menos associada à realização das mulheres, mesmo pelas próprias mulheres.

5.3.1.5. Dimensão Intrapessoal

O efeito significativo de Alvo para a dimensão Intrapessoal da realização pessoal revela que esta dimensão é significativamente mais importante para a realização própria, depois para a realização feminina e por último para a realização masculina (realização própria: 6.46; realização masculina: 6.01; realização feminina: 6.12, todas as médias significativamente diferentes segundo o teste *LSD* para comparações múltiplas, $p < .05$). Para além disso, o efeito significativo de Sexo mostra que as mulheres consideram esta dimensão mais importante do que os homens (homens: 6.02; mulheres: 6.38). Estes resultados vão de encontro aos resultados encontrados no Estudo 1 (ver secção 4.3.4), onde a dimensão pessoal revelou ser um atributo importante para a caracterização da realização pessoal do próprio grupo, sendo sobretudo as mulheres que definem a sua realização através da dimensão pessoal, do ser.

5.3.1.6. Dimensão Direitos e Lazer

A análise das diferenças expressa no Quadro 15 revela um efeito significativo de Alvo para a dimensão Direitos e Lazer. Este efeito indica que esta dimensão é significativamente mais importante para a realização própria, depois para a realização feminina e por último para a realização masculina (realização própria: 6.19; realização feminina: 6.04; realização masculina: 5.63, todas as médias significativamente diferentes segundo o teste *LSD* para comparações múltiplas, $p < .05$). O efeito significativo de Sexo mostra, ainda, que as mulheres atribuem maior importância a esta dimensão do que os homens (homens: 5.84; mulheres: 6.06). Estes resultados vão de encontro aos resultados encontrados no Estudo 1, em que os direitos são mais associados à realização feminina (ver secção 4.3.3.2), e, por outro lado, o facto dos homens possuírem mais tempo de lazer do que as mulheres (cf. Müller, 1998; Bittman & Wajcman, 2000) pode significar o desejo, por parte destas, de ter mais tempo de lazer.

Em suma, os resultados permitem-nos concluir que a representação social da realização pessoal se encontra ancorada nas variáveis sociológicas sexo e estado civil: Relativamente à categoria sexual, de uma forma geral, as mulheres valorizam mais do que os homens as dimensões Intrapessoal e Direitos e Lazer. No que refere à realização pessoal própria, as mulheres diferenciam-se pela valorização da dimensão Familiar e Afectiva. Quanto à realização masculina e feminina, as mulheres valorizam mais a dimensão Interpessoal para a realização feminina e masculina e a dimensão Material e de Estatuto Social para a realização masculina, enquanto os homens apenas se demarcam das mulheres pela maior valorização da dimensão Material e de Estatuto Social para a realização feminina. A diferença de pensamento entre solteiros e casados prende-se sobretudo pelo facto dos casados valorizarem a dimensão Familiar e Afectiva para a própria realização, enquanto os solteiros valorizam mais a dimensão Interpessoal da realização pessoal.

5.3.1.7. Semelhança de Opinião com o Endogrupo e com o Exogrupo

Com o intuito de analisar em que medida os sujeitos consideram possuir uma opinião semelhante à do endogrupo e à do exogrupo, efectuou-se uma análise da variância 2(Semelhança de opinião: semelhante aos homens vs. semelhante às mulheres) x 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), com o primeiro factor intra-sujeito. A análise revelou uma interacção significativa entre Alvo e Sexo ($F(1,167)=24.06$, $p < .001$) que mostra que tanto os homens como as

mulheres acreditam possuir uma opinião mais semelhante à do endogrupo do que à do exogrupo (homens: opinião semelhante aos homens: 4.56; opinião semelhante às mulheres: 4.04; $t(84)=3.41$, $p=.001$; mulheres: opinião semelhante aos homens: 4.19; opinião semelhante às mulheres: 4.71; $t(85)=3.55$, $p=.001$). Porém, a interacção significativa entre Alvo, Sexo e Estado Civil ($F(1,167)=6.76$, $p=.010$), mostra que não existem diferenças de opinião entre os casados (homens: opinião semelhante aos homens: 4.50; opinião semelhante às mulheres: 4.26, $t(39)=1.10$, ns ; mulheres: opinião semelhante aos homens: 4.50, opinião semelhante às mulheres: 4.74, $t(42)=1.57$, ns) e que são apenas os solteiros que consideram a sua opinião mais semelhante à do endogrupo do que à do exogrupo (homens: opinião semelhante aos homens: 4.62, opinião semelhante às mulheres: 3.84, $t(44)=3.69$, $p=.001$; mulheres: opinião semelhante aos homens: 3.88, opinião semelhante às mulheres: 4.67, $t(42)=3.28$, $p=.002$), sendo sobretudo as mulheres solteiras quem menos se assemelha à opinião do exogrupo (opinião semelhante aos homens: solteiras: 3.88; casadas: 4.50, $t(77.05)=2.27$, $p=.026$). Parece, assim, que a vida em comum torna as opiniões sobre o sexo oposto mais firmes, senão mais correctas!

Procurou-se também analisar em que medida a semelhança com a opinião de um ou do outro grupo estaria relacionada com a representação da realização pessoal. Assim, a análise das correlações¹⁵ entre as dimensões da realização pessoal e a semelhança de opinião com o endogrupo ou com o exogrupo (ver Anexo 6) para os respondentes masculinos revela que: ter uma opinião semelhante à do endogrupo está relacionada positivamente com a importância atribuída para a realização própria às dimensões: material e de estatuto social ($r(85)=.35$, $p=.001$), interpessoal ($r(85)=.33$, $p=.002$) e afirmação profissional e pessoal ($r(85)=.31$, $p=.004$); à valorização de todas as dimensões, excepto da material e de estatuto social, para a realização masculina (familiar e afectiva ($r(85)=.33$, $p=.002$), interpessoal ($r(85)=.31$, $p=.004$), afirmação profissional e pessoal ($r(85)=.41$, $p<.001$), intrapessoal ($r(85)=.36$, $p=.001$) e direitos e lazer ($r(85)=.34$, $p=.001$)); e, à valorização da dimensão familiar e afectiva ($r(85)=.40$, $p<.001$) para a realização pessoal feminina. Pelo contrário, a semelhança de opinião com o exogrupo está apenas relacionada com a valorização da dimensão familiar e afectiva para a realização pessoal masculina ($r(85)=.30$, $p=.005$). Estes resultados parecem indicar que quanto mais os homens se identificam com a opinião do seu próprio grupo, mais eles possuem uma representação da realização pessoal conforme aos estereótipos sexuais, pelo contrário, possuir uma opinião

¹⁵ Escolhemos comentar as correlações mais fortes (superiores a .30). Para consulta das restantes correlações ver Anexo 6.

semelhante à do exogrupo revela uma valorização da dimensão estereotipicamente feminina, a dimensão familiar e afectiva, para a realização pessoal masculina.

Para os respondentes femininos, uma opinião semelhante ao endogrupo está relacionada positivamente com a valorização da dimensão afirmação profissional e pessoal tanto para a realização masculina ($r(86)=.37, p<.001$) como para a realização feminina ($r(86)=.51, p<.001$), enquanto que uma opinião semelhante ao exogrupo está relacionada com a valorização da dimensão material e estatuto social para a realização própria ($r(86)=.35, p=.001$) e da dimensão afirmação profissional e pessoal para a realização masculina ($r(86)=.33, p=.002$). No caso das mulheres, os resultados parecem indicar que o estereótipo do homem enquanto “ganha-pão” (Pinto, 2000; Valentine, 2001) está tão relacionado com a identificação com a opinião do endogrupo como com a opinião do exogrupo. No entanto, enquanto que uma maior semelhança de opinião com o endogrupo está associada a uma maior percepção da realização feminina pela afirmação profissional e pessoal – sugerindo uma reivindicação por parte das mulheres de uma igualdade entre os sexos neste domínio; uma maior semelhança de opinião com o exogrupo covaria com a percepção de uma maior valorização da esfera material para a própria realização – atribuindo a reivindicação feminina a valores hedonistas.

5.3.1.8. Nível de Realização Pessoal

Por último, procuramos verificar se o nível de realização pessoal diferia em função da pertença social dos sujeitos, e em que medida sentir-se mais ou menos realizado estaria relacionado com a valorização de uma ou outra dimensão para a realização pessoal. A análise da variância 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), evidenciou duas tendências relativas ao Sexo e ao Estado Civil, que indicam que os homens se consideram mais realizados do que as mulheres (homens: 5.18; mulheres: 4.87; $F(1,167)=3.81, p=.053$) e os casados mais do que os solteiros (solteiros: 4.89; casados: 5.17; $F(1,167)=3.47, p=.064$). A análise das médias dos grupos (homens solteiros: 5.13; homens casados: 5.22; mulheres solteiras: 4.63; mulheres casadas: 5.12) sugere que a conjugalidade parece contribuir para um maior nível de realização, particularmente no caso das mulheres.

A análise das correlações¹⁶ por sua vez mostra que o nível de realização pessoal está relacionado positivamente com a importância atribuída à dimensão afirmação

¹⁶ Escolhemos comentar as correlações mais fortes (superiores a .30). Para consulta das restantes correlações ver Anexo 6.

profissional e pessoal para a própria realização pessoal ($r(171)=.32, p<.001$). Por outras palavras, quanto mais a pessoa valoriza a dimensão afirmação profissional e pessoal para a própria realização mais ela se sente realizada. Estes resultados podem ser interpretados segundo os resultados de um estudo levado a cabo pela Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2002) que mostra para as mulheres portuguesas a actividade profissional tende a ser sinónima de autonomia e realização pessoal.

5.3.2. Ancoragem Psicológica

5.3.2.1. Valores e Prioridades

Da análise factorial em componentes principais das escalas sobre os valores e prioridades retiveram-se 3 factores que explicam no seu conjunto 40.90% da variância. A composição dos factores, após rotação varimax, média e desvio-padrão dos itens e factores são apresentados no Quadro 16.

Quadro 16

Valores e Prioridades. Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão.

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | | |
|---|--------------|--------------|--------------|-------------|------------------|
| | 16.13% | 12.64% | 12.13% | | |
| | $\alpha=.83$ | $\alpha=.80$ | $\alpha=.73$ | Média | Desvio Padrão |
| Sucesso e Competição | | | | | |
| Luto por ser melhor sucedido do que os outros. | .73 | .25 | .04 | 3.58 | 1.80 |
| Ser mais inteligente ou forte que os outros é importante para mim. | .72 | .09 | .22 | 3.39 | 1.69 |
| Gosto de me sentir superior às outras pessoas | .67 | .15 | .03 | 2.04 | 1.31 |
| Competir com os outros é a melhor forma de ser bem sucedido. | .67 | .03 | -.03 | 2.64 | 1.65 |
| Para mim a única forma de liderar é através do exercício de cargos políticos. | .66 | .01 | -.17 | 1.85 | 1.36 |
| Ganhar é uma medida do meu valor pessoal. | .63 | .02 | .34 | 3.67 | 1.68 |
| É importante para mim ter influência sobre o meu grupo de amigos. | .58 | .13 | .18 | 3.72 | 1.72 |
| Avalio o valor das outras pessoas pelo seu nível de realização e de sucesso. | .43 | .09 | .01 | 2.72 | 1.50 |
| Muitas vezes preocupo-me com a forma como os outros avaliam a minha performance no trabalho ou escola. | .43 | .22 | .27 | 4.44 | 1.62 |
| | | | | 3.12 | 1.04 |
| Conflito entre os Papéis Profissional e Familiar | | | | | |
| Encontrar tempo para relaxar é difícil para mim. | -.04 | .78 | .11 | 4.25 | 1.92 |
| A minha carreira, profissional ou escolar, afecta a qualidade do meu tempo familiar/livre. | .04 | .75 | .16 | 5.11 | 1.57 |
| A minha necessidade de trabalhar ou estudar mantém-me afastado da minha família ou lazer mais do que gostaria. | .13 | .74 | .07 | 4.60 | 1.85 |
| O meu trabalho ou escola muitas vezes prejudica outras partes da minha vida (família, saúde, lazer...). | .22 | .68 | .02 | 4.46 | 1.77 |
| Sinto-me dividido entre o meu horário de trabalho apertado e cuidar da minha saúde | .20 | .62 | .21 | 4.06 | 1.81 |
| Excesso de trabalho e stress causados pela necessidade de ser bem sucedido no trabalho ou na escola afectam a minha vida. | .42 | .51 | .11 | 4.04 | 1.85 |
| Muitas vezes sinto que tenho de tomar conta daqueles que me rodeiam. | .12 | .28 | .23 | 4.37 | 1.59 |
| | | | | 4.41 | 1.18 |
| Automonitorização e Sucesso | | | | | |
| É fundamental para mim decidir quanto à minha vida profissional. | .06 | -.03 | .67 | 5.57 | 1.26 |
| Para mim é importante poder escolher a forma de organizar a minha vida privada. | -.02 | .00 | .66 | 5.85 | 1.04 |
| Ascender na carreira profissional é importante para mim | .18 | .23 | .62 | 5.87 | 1.11 |
| Para mim é muito importante poder decidir o rumo da minha vida sentimental/emocional | -.17 | .16 | .54 | 5.92 | 1.18 |
| Ganhar dinheiro faz parte da minha ideia de ser uma pessoa bem sucedida | .26 | .22 | .51 | 4.60 | 1.62 |
| É importante para mim tomar decisões no que se refere à organização da casa e do lar. | -.04 | .22 | .49 | 4.81 | 1.57 |
| Sair-me sempre bem é importante para mim. | .35 | .06 | .46 | 4.91 | 1.60 |
| Para mim é muito importante decidir que educação dar aos meus filhos | -.34 | .27 | .40 | 5.99 | 1.47 |
| É importante para mim poder decidir no que se refere à gestão dos tempos livres e lazer. | .12 | -.01 | .40 | 5.05 | 1.29 |
| Preocupo-me com o falhar e como isso pode afectar a minha prestação como pessoa. | .27 | .25 | .35 | 5.05 | 1.51 |
| Às vezes defino o meu valor pessoal pelo meu sucesso profissional | .30 | .22 | .32 | 3.71 | 1.80 |
| | | | | 5.21 | .74 |

Numa primeira análise do Quadro 16 pode-se observar que os factores extraídos não correspondem na totalidade aos itens retirados da Gender Role Conflict Scale I, facto este que pode advir da junção desses itens com os itens relativos à importância da tomada de decisão.

O *primeiro factor*, o que reúne menor acordo por parte dos respondentes ($M=3.12$), salienta a dimensão competitiva do sucesso da escala de Sucesso, Poder e Competição da Gender Role Conflict Scale I, na medida em que satura os itens que estão relacionados com a comparação social como por exemplo: “Luto por ser melhor sucedido do que os outros”; “Ser mais inteligente ou forte que os outros é importante para mim”; “Gosto de me sentir superior às outras pessoas”; “Competir com os outros é a melhor forma de ser bem sucedido” ou “Para mim a única forma de liderar é através do exercício de cargos políticos” e “É importante para mim ter influência sobre o meu grupo de amigos”. Este factor corresponde assim à importância dada ao sucesso numa situação de comparação com os outros.

O *segundo factor* corresponde ao factor Conflito entre as Relações Familiares e Profissionais da Gender Role Conflict Scale I, na medida em que inclui todos os itens desse factor e o item “Muitas vezes sinto que tenho de tomar conta daqueles que me rodeiam”, que não vem alterar o sentido da escala. Os itens deste factor revelam um grau de acordo médio.

O *terceiro factor* refere-se à Automonitorização e Sucesso na medida em que salienta a necessidade de controlo pessoal no rumo da vida pessoal, por exemplo: “É fundamental para mim decidir quanto à minha vida profissional”; “Para mim é importante poder escolher a forma de organizar a minha vida privada”; “Ascender na carreira profissional é importante para mim”; “Ganhar dinheiro faz parte da minha ideia de ser uma pessoa bem sucedida”; “É importante para mim tomar decisões no que se refere à organização da casa e do lar”; “Sair-me sempre bem é importante para mim”; “Preocupo-me com o falhar e como isso pode afectar a minha prestação como pessoa”. Os sujeitos mostram um elevado grau de acordo com este factor.

Para testar a existência de diferenças em função da pertença sexual e do estado civil dos sujeitos, aplicou-se uma análise de variância 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), expressa no Quadro 17.

Quadro 17

Valores e Prioridades: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente). Análise da variância.

| | Homens | | Mulheres | |
|--|-----------|---------|-----------|---------|
| | Solteiros | Casados | Solteiros | Casados |
| Sucesso e Competição | 3.31 | 3.21 | 2.91 | 3.02 |
| Conflito entre os Papéis Profissional e Familiar | 4.19 | 4.13 | 4.55 | 4.77 |
| Automonitorização e sucesso | 4.99 | 5.07 | 5.34 | 5.45 |

Análise da variância

| | Sexo | Estado Civil | Sexo* Estado Civil |
|--|----------|--------------|--------------------|
| | F(1,167) | F(1,167) | F(1,167) |
| Sucesso e Competição | 3.46 | .00 | .44 |
| Conflito entre os Papéis Profissional e Familiar | 7.80** | .20 | .59 |
| Automonitorização e Sucesso | 10.97*** | .73 | .01 |

*** $p \leq 001$; ** $p \leq 01$; * $p \leq 05$

A análise do Quadro 17 revela que os respondentes não diferem na avaliação da importância do Sucesso e Competição. No entanto, relativamente à importância do Conflito entre os Papéis Profissionais e Familiares e à importância da Automonitorização e Sucesso, o efeito significativo de Sexo mostra que são as mulheres, mais do que os homens, quem experiência maior Conflito entre os Papéis Profissionais e Familiar (mulheres: 4.66; homens: 4.16), e que atribuem maior importância à Automonitorização e Sucesso (mulheres: 5.40; homens: 5.03). Estes resultados podem advir do facto de apesar de homens e mulheres desempenharem um papel profissional, as responsabilidades familiares serem assumidas principalmente pelas mulheres, resultando, desta forma, na vivência de um conflito entre o desempenho do papel profissional e do papel familiar (cf. Wille, 1995; Vicente, 2002; Kerpelman & Schvaneveldt, 1999), que as mulheres querem resolver por elas próprias.

A análise das correlações¹⁷ entre as dimensões da realização pessoal e os valores e prioridades (ver Anexo 6) mostra que o Sucesso e Competição está relacionado positivamente com a importância atribuída à dimensão Material e de Estatuto Social para a

¹⁷ Escolhemos comentar as correlações mais fortes (superiores a .30). Para consulta das restantes correlações ver Anexo 6.

realização própria ($r(171)=.44, p<.001$). Por outras palavras, quanto mais a pessoa valoriza a vertente competitiva do sucesso mais ela considera importante para a realização pessoal própria a dimensão material e de estatuto social. Por seu lado, a Automonitorização e Sucesso está relacionada positivamente com todas as dimensões da própria realização pessoal (dimensão familiar e afectiva: $r(171)=.30, p<.001$; dimensão material e de estatuto social: $r(171)=.36, p<.001$; dimensão interpessoal: $r(171)=.30, p<.001$; dimensão afirmação profissional e pessoal: $r(171)=.41, p<.001$; dimensão intrapessoal: $r(171)=.42, p<.001$; e dimensão direitos e lazer: $r(171)=.37, p<.001$). Este padrão de correlações sugere que uma maior motivação para ter o controlo da sua vida conduz a atribuir mais importância a todos os domínios incluídos na representação da realização pessoal. Para Gleicher e Weary (1996) esta necessidade de controlo é uma forma das pessoas procurarem a auto-estima.

5.3.2.2. Aspirações

Na análise factorial em componentes principais aplicada sobre as aspirações a investir tempo e esforço para ver concretizadas no próximo ano optou-se pela solução com 4 factores, que explicam no seu conjunto 51.59% da variância.

Quadro 18

Aspirações. Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão.

| | Factor 1 | Factor 2 | Factor 3 | Factor 4 | | |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|-------------|------------------|
| | 14.96% | 13.79% | 12.44% | 10.40% | | |
| | $\alpha=.81$ | $\alpha=.73$ | $\alpha=.72$ | $\alpha=.63$ | Média | Desvio Padrão |
| <i>Familiares</i> | | | | | | |
| Casar/investir mais no meu casamento | .82 | .11 | .20 | -.12 | 4.16 | 2.18 |
| Ter filhos/investir mais nos filhos | .81 | .17 | .00 | -.02 | 3.94 | 2.46 |
| Passar mais tempo com a família | .67 | -.07 | .11 | .41 | 5.69 | 1.25 |
| Lutar por uma sociedade mais justa | .67 | -.05 | .13 | .18 | 4.95 | 1.61 |
| Dedicar-me mais à minha relação afectiva | .58 | -.01 | .26 | .33 | 5.57 | 1.41 |
| Comprar/mudar/melhorar a casa | .49 | .29 | .34 | -.32 | 4.08 | 2.10 |
| | | | | | 4.73 | 1.33 |
| <i>Profissionais e Materiais</i> | | | | | | |
| Ser rico/a | -.06 | .75 | .14 | .28 | 3.14 | 1.77 |
| Alcançar um lugar de destaque na sociedade | -.06 | .71 | .20 | .26 | 3.01 | 1.75 |
| Comprar carro dos meus sonhos | -.02 | .64 | -.09 | .12 | 2.08 | 1.33 |
| Ser promovido/a | .16 | .59 | .25 | -.07 | 4.10 | 1.90 |
| Ser reconhecido/a no meu trabalho | .04 | .47 | .39 | .16 | 5.28 | 1.48 |
| Mudar de emprego | .16 | .44 | -.10 | .07 | 3.16 | 2.17 |
| | | | | | 3.46 | 1.13 |
| <i>Lazer</i> | | | | | | |
| Praticar desporto | .17 | .05 | .79 | .09 | 4.85 | 1.76 |
| Ter mais cuidado com o meu corpo | .26 | .09 | .69 | .25 | 4.99 | 1.60 |
| Passar férias no estrangeiro | .01 | .41 | .57 | .00 | 4.35 | 2.19 |
| Passear | .28 | -.09 | .56 | .28 | 5.39 | 1.40 |
| | | | | | 4.89 | 1.28 |
| <i>Pessoais</i> | | | | | | |
| Ser independente | -.07 | .29 | .05 | .59 | 5.34 | 1.72 |
| Passar mais tempo com os meus amigos | .13 | -.11 | .42 | .56 | 5.35 | 1.37 |
| Pensar mais em mim | .03 | .22 | .36 | .53 | 4.92 | 1.74 |
| Ter sucesso com o sexo oposto | .19 | .31 | .03 | .50 | 4.41 | 2.00 |
| Melhorar a minha vida sexual | .18 | .31 | .11 | .47 | 4.54 | 1.87 |
| | | | | | 4.91 | 1.11 |

No *primeiro factor* estão reunidas as aspirações familiares como o “casar/investir mais no meu casamento”, “ter filhos/investir mais nos filhos”; “passar mais tempo com a família”; “dedicar-me mais à minha relação afectiva” e “comprar/mudar/melhorar a casa”. Neste factor aparece também o “lutar por uma sociedade mais justa” que pode estar associado à ideia de querer o melhor para os filhos e para a família.

No *segundo factor* temos aspirações materiais e de promoção social como “ser rico/a”; “alcançar um lugar de destaque na sociedade”; “comprar o carro dos meus sonhos” e de valorização profissional “ser promovido/a”; “ser reconhecido no meu trabalho” e “mudar de emprego”. Tal como nas representações da realização pessoal (ver 5.3.1.2.), são

as actividades relacionadas com a esfera material e estatuto social as menos valorizadas por parte dos sujeitos ($M=3.46$).

O *terceiro factor* reúne as aspirações de lazer como o “praticar desporto”; “ter mais cuidado com o meu corpo”; “passar férias no estrangeiro” e “passear”.

O *quarto factor*, o mais valorizado pelos sujeitos ($M=4.91$), diz respeito aos projectos e aspirações pessoais, como “ser independente”; “passar mais tempo com os meus amigos”; “pensar mais em mim”; “ter sucesso com o sexo oposto” e “melhorar a minha vida sexual”.

Para testar a existência de diferenças em função da pertença sexual e do estado civil dos sujeitos, aplicou-se uma análise de variância 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), expressa no Quadro 19.

Quadro 19

Aspirações: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente). Análise da variância.

| | Homens | | Mulheres | |
|---------------------------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Solteiros | Casados | Solteiros | Casados |
| Familiares | 3.66 | 5.45 | 4.51 | 5.41 |
| Profissionais e Materiais | 3.27 | 3.38 | 3.74 | 3.45 |
| Lazer | 4.41 | 4.82 | 5.30 | 5.06 |
| Pessoais | 4.87 | 4.67 | 5.24 | 4.85 |

| Análise da variância | | | |
|---------------------------|----------|--------------|--------------------|
| | Sexo | Estado Civil | Sexo* Estado Civil |
| | F(1,167) | F(1,167) | F(1,167) |
| Familiares | 5.73* | 63.88*** | 7.02** |
| Profissionais e Materiais | 2.38 | 0.30 | 1.39 |
| Lazer | 8.87** | 0.22 | 2.96 |
| Pessoais | 2.62 | 3.09 | 0.33 |

*** $p \leq 0.01$; ** $p \leq 0.01$; * $p \leq 0.05$

A análise mostra que o sexo e o estado civil dos respondentes não têm qualquer influência nas opiniões expressas acerca da importância de investir em aspirações de carácter Profissional e Material ou de carácter Pessoal. No entanto, o mesmo não se passa relativamente às aspirações Familiares e de Lazer. No que refere às aspirações Familiares,

o efeito significativo de Sexo salienta que as mulheres, mais do que os homens, acham importante investir na concretização deste tipo de projectos durante o próximo ano (mulheres: 4.96; homens: 4.56) e o efeito significativo de Estado Civil revela que os casados mais do que os solteiros acham importante investir nestas aspirações (casados: 5.43; solteiros: 4.08). No entanto, a interacção significativa entre Sexo e Estado Civil revela que as avaliações dos homens e das mulheres casadas não diferem (homens: 5.45; mulheres: 5.41, $t(81)=.18$ ns), mas que são as mulheres solteiras que consideram mais importante os projectos familiares do que os homens solteiros (mulheres: 4.51; homens: 3.66, $t(80,79)=3.53$, $p=.001$). No que refere às aspirações de Lazer encontrou-se um efeito significativo de Sexo que mostra que as mulheres consideram mais importante investir na concretização destes projectos do que os homens (mulheres: 5.18, homens: 4.62). Tendo em conta que a literatura diz que os homens possuem mais tempo de lazer do que as mulheres (por exemplo: Bittman, & Wajcman, 2000; CIDM, 2002), estes resultados poderiam revelar o desejo, por parte das mulheres, de dispor de mais tempo para o lazer, talvez através da resolução do conflito de papéis que experimentam.

A análise das correlações¹⁸ entre as dimensões da realização pessoal e as aspirações (ver Anexo 6) revela uma relação positiva entre as diversas dimensões da realização e as aspirações correspondentes a essas dimensões. Assim, as aspirações Familiares estão relacionadas positivamente com a importância atribuída à dimensão Familiar e Afetiva para a realização própria ($r(171)=.44$, $p<.001$); as aspirações Profissionais e Materiais estão relacionadas positivamente com a dimensão Material e de Estatuto Social para a própria realização pessoal ($r(171)=.51$, $p<.001$); e as aspirações de Lazer estão relacionadas positivamente com a dimensão Material e de Estatuto Social para a realização própria ($r(171)=.31$, $p<.001$) e realização masculina ($r(171)=.31$, $p<.001$) e com a dimensão Direitos e Lazer para a realização própria ($r(171)=.36$, $p<.001$). Pode-se notar que os investimentos previstos são mais fortemente relacionados com os aspectos familiares ou materiais da realização pessoal do que com outros aspectos pessoais e interpessoais, que parecem assim ficar fora de alcance da intervenção voluntária dos sujeitos.

¹⁸ Escolhemos comentar as correlações mais fortes (superiores a .30). Para consulta das restantes correlações ver Anexo 6.

5.3.2.3. Crença na Existência de Diferenças entre os Sexos

A análise factorial aplicada sobre a escala da crença nas diferenças entre os sexos deu origem a um único factor que explica 48.34% da variância com um *Alpha* de 0.73. A saturação, a média e o desvio-padrão dos itens podem ser consultados no Quadro 20.

Quadro 20

Crença na existência de diferenças entre os sexos: Saturação, média e desvio-padrão.

| | Factor 1 48.34% $\alpha = .73$ | Média | Desvio Padrão |
|--|--------------------------------------|-------|------------------|
| Há actividades que correspondem mais às competências dos homens ou das mulheres. | .71 | 4.52 | 1.83 |
| Os homens e as mulheres têm interesses diferentes. | .73 | 5.11 | 1.53 |
| Há diferenças psico-fisiológicas entre homens e mulheres. | .66 | 5.75 | 1.29 |
| Os homens e as mulheres têm competências diferentes. | .75 | 4.02 | 2.05 |
| Os homens e as mulheres têm ideais de vida diferentes. | .62 | 4.90 | 1.74 |
| | | 4.86 | 1.18 |

A análise da variância aplicada nas médias da escala construída com estes itens (ver Quadro 21), revelou um efeito significativo de Sexo, que mostra que os homens acreditam mais na existência de diferenças entre os sexos do que as mulheres (homens: 5.06; mulheres: 4.68, $F(1,167)=4.52$; $p=.035$). Estes resultados vêm de encontro aos resultados obtidos em estudos anteriores (ver, por exemplo: Poeschl, 2001-2; Poeschl & Pinto, 2001-2; Poeschl, Múrias, Ribeiro, Silva & Kaiser, 2003; Poeschl, Múrias & Costa, 2004).

Quadro 21

Crença na existência de diferenças entre os sexos: Médias em função do sexo e do estado civil dos sujeitos (1=discordo totalmente; 7=concordo totalmente).

| | Homens | | Mulheres | |
|---------------|-----------|---------|-----------|---------|
| | Solteiros | Casados | Solteiros | Casados |
| Média | 4.84 | 5.28 | 4.72 | 4.63 |
| Desvio padrão | 1.23 | 1.05 | 1.37 | 0.96 |

A análise das correlações entre as dimensões da realização pessoal e a escala de crenças nas diferenças entre os sexos (ver Anexo 6) revelou uma correlação negativa entre as crenças nas diferenças entre os sexos e a dimensão Direitos e Lazer para a realização

própria ($r(171)=-.22, p=.003$), por outras palavras, quanto mais se acredita na existência de diferenças entre os sexos menos importância se atribui aos direitos e lazer para a própria realização pessoal. Estes resultados apoiam a ideia de que a crença nas diferenças entre os sexos reflecte o anti-igualitarismo dos indivíduos (Poeschl & Pinto, 2001-2; Poeschl, 2003b).

A análise da ancoragem psicológica revela que a representação social da realização pessoal está ancorada em valores e prioridades como o Sucesso e Competição e na Automonitorização e Sucesso: quem valoriza o Sucesso e Competição atribui maior importância à dimensão Material e de Estatuto Social para a realização pessoal, e, por seu lado, quem valoriza a Automonitorização e Sucesso atribuiu maior importância a todas as dimensões da realização pessoal para sua realização pessoal.

A representação da realização pessoal encontra-se também ancorada em diversas aspirações, isto é, na intenção comportamental dos sujeitos: quem pretende investir em aspirações Familiares valoriza a dimensão Familiar e Afectiva da própria realização; quem pretende investir em aspirações Profissionais e Materiais valoriza a dimensão Material de Estatuto Social para a própria realização e quem pretende investir em aspirações de Lazer valoriza a dimensão Material e de Estatuto Social para a realização própria e masculina e a dimensão Direitos e Lazer para a realização própria.

Por último, a representação da realização pessoal está ancorada na Crença na Existência de Diferenças entre os Sexos: quem mais acredita nas diferenças entre os sexos menos valoriza os Direitos e o Lazer para a própria realização pessoal.

5.3.3. Emoções Despertadas pelas Personagens Tradicionais e não Tradicionais

A análise factorial em componentes principais sobre a intensidade das emoções despertadas pelas 4 personagens apresentadas aos sujeitos extraiu 2 factores que explicam no seu conjunto 63.30% da variância. A saturação de cada item no factor e a sua média e desvio-padrão são apresentadas no Quadro 22.

Quadro 22

Emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais. Solução factorial após rotação varimax, média e desvio-padrão.

| | Factor 1 35.28% $\alpha = .81$ | Factor 2 28.02% $\alpha = .75$ | Média | Desvio Padrão |
|--------------------------|---|---|-------------|------------------|
| <i>Emoções Negativas</i> | | | | |
| Desprezo | .87 | -.02 | 2.20 | 1.69 |
| Repugnância | .83 | -.02 | 2.26 | 1.68 |
| Medo | .81 | .04 | 2.52 | 1.78 |
| Tristeza | .62 | -.14 | 3.40 | 1.81 |
| Espanto | .58 | .49 | 2.93 | 1.86 |
| | | | 2.66 | 1.33 |
| <i>Emoções Positivas</i> | | | | |
| Alegria | -.16 | .85 | 3.80 | 1.83 |
| Felicidade | -.26 | .83 | 3.95 | 1.84 |
| Curiosidade | .09 | .69 | 3.64 | 1.77 |
| Surpresa | .50 | .60 | 2.97 | 1.78 |
| | | | 3.59 | 1.37 |

Como se pode ver no Quadro 22, o *primeiro factor* agrupa as emoções negativas como o desprezo, a repugnância, o medo e a tristeza, fazendo também parte destas emoções o espanto. O *segundo factor* é constituído pelas emoções positivas como a alegria, a felicidade mas também a curiosidade e a surpresa. Assim, a nossa solução é diferente da encontrada por Silva (1999), na qual as emoções como a surpresa, o espanto e a curiosidade saturavam num factor dando origem a três tipos de emoções: negativas, surpresa e positivas.

Neste caso foi aplicada uma análise da variância 4(Alvo de avaliação: João vs. Paulo vs. Cristina vs. Susana) x 2(Sexo dos respondentes: masculino vs. feminino) x 2(Estado Civil dos respondentes: solteiro vs. casado), com o primeiro factor intra-sujeitos, expressa no Quadro 23.

Quadro 23

Emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais: Médias em função do Alvo de descrição (1=nada forte; 7=muito forte).

| | João H, T | Paulo H, NT | Cristina M, NT | Susana M, T |
|-------------------|--------------|----------------|-------------------|----------------|
| Emoções negativas | 2.94a | 2.34b | 3.04c | 2.33b |
| Emoções positivas | 2.98a | 4.17b | 3.12c | 4.09b |

Nota: H=Homem; M=Mulher; T=Tradicional; NT=Não Tradicional.
As letras diferentes indicam médias significativamente diferentes segundo o teste *LSD* para comparações múltiplas, $p<.05$.

| Análise da Variância | | | | | | | |
|----------------------|----------|----------|--------------|---------------|-----------------------|-----------------------|----------------------------|
| | Alvo | Sexo | Estado Civil | Alvo* Sexo | Alvo* Estado Civil | Sexo* Estado Civil | Alvo*Sexo* Estado Civil |
| | F(3,501) | F(1,167) | F(1,167) | F(3,501) | F(3,501) | F(1,167) | F(3,501) |
| Emoções Negativas | 41.07*** | .35 | 3.36 | 1.56 | .80 | .14 | 0.99 |
| Emoções Positivas | 89.87*** | .32 | 0.37 | 0.80 | .67 | .30 | 1.00 |

*** $p\leq.001$; ** $p\leq.01$; * $p\leq.05$

A análise da variância apresentada no Quadro 23 revela que apenas existem diferenças significativas relativamente ao Alvo de avaliação, não havendo qualquer influência do Sexo ou do Estado Civil dos participantes na intensidade das emoções despertadas pelas personagens.

Relativamente às emoções negativas, verifica-se que a intensidade despertada pelas personagens relativamente a estas emoções é fraca ($M=2.66$). No entanto, o efeito significativo de Alvo revela que a Cristina, personagem agêntica não tradicional, é a que desperta um sentimento mais negativo nos sujeitos, depois segue-se o João, personagem masculina tradicional agêntica, e com a menor intensidade despertada encontram-se igualmente as duas personagens comunais o Paulo e a Susana (Cristina: 3.04; João: 2.94; Paulo: 2.34; Susana: 2.33; ambas as diferenças significativas segundo o teste de *LSD* para comparações múltiplas, $p<.05$).

Ao contrário, as emoções positivas são despertadas mais fortemente pelo Paulo e pela Susana, personagens comunais, estas são seguidas pela Cristina e pelo o João, que desperta menor intensidade de emoções positivas (Paulo: 4.17; Susana: 4.09; Cristina: 3.12; João: 2.98, ambas as diferenças significativas segundo o teste de *LSD* para comparações múltiplas, $p<.05$).

Deste resultado pode concluir-se que, não sendo elevada a intensidade das emoções despertadas, os indivíduos de carácter mais comunal, independentemente do seu sexo, são

avaliados de forma mais positiva do que os de carácter instrumental. Entre as personagens agênticas ou instrumentais (João e Cristina) é a Cristina quem desperta emoções mais fortes, quer positivas quer negativas.

Na medida em que as dimensões agenticidade e comunalidade adquiriram um papel tão central quando pensamos sobre o género, elas são muitas vezes (mas não sem controversia) consideradas dimensões fundamentais da masculinidade e da feminilidade (cf. Deaux & LaFrance, 1998, p.795). Assim, estando geralmente o estereótipo feminino associado ao papel comunal e o estereótipo masculino ao papel agêntico (cf. Eagly, 1987; Silva & Poeschl, 2001-2), estes resultados vão de encontro aos resultados da investigação contemporânea sobre os estereótipos sexuais, que parecem indicar que o estereótipo feminino é no global mais positivo do que o estereótipo masculino (Eagly, 1995; Eagly & Mladinic, 1994; Eagly, Mladinic & Otto, 1991).

Por outro lado, a análise das correlações entre as dimensões da realização pessoal e as emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais (ver Anexo 7) revela que uma avaliação mais ou menos positiva das personagens está relacionada com a representação da realização pessoal.

Assim, relativamente às personagens agênticas (João e Cristina), uma avaliação mais negativa, através de uma maior intensidade das emoções negativas – está relacionada com a valorização da dimensão Familiar e Afectiva para a realização pessoal própria (João: $r(171)=.20$, $p=.007$; Cristina: $r(171)=.18$, $p=.017$). A Cristina desperta ainda menos emoções positivas para quem valoriza a dimensão Direitos e Lazer para a realização pessoal feminina ($r(171)=-.15$, $p=.046$). Enquanto que, uma avaliação mais positiva – despertando menos emoções negativas – está relacionada com a valorização da dimensão Afirmação Profissional e Pessoal para a realização masculina (João: $r(171)=-.16$, $p=.042$; Cristina: $r(171)=-.18$, $p=.018$), e, despertando mais emoções positivas – está relacionada com a valorização da dimensão Material e de Estatuto social para a realização pessoal própria (João: $r(171)=.21$, $p=.005$; Cristina: $r(171)=.16$, $p=.032$). Por outras palavras, quanto mais as pessoas valorizam a realização pessoal através da esfera familiar mais elas reprovam as personagens agênticas, pelo contrário, quanto mais elas valorizam a realização pessoal através da esfera profissional e material, mais elas avaliam positivamente estas personagens.

Relativamente às personagens comunais (Paulo e Susana), estas têm uma avaliação no geral positiva, quer despertando menor intensidade de emoções negativas quer despertando emoções positivas. Apenas a Susana também desperta mais emoções

negativas por quem valoriza a dimensão Familiar e Afectiva para a realização pessoal própria ($r(171)=-.15$, $p=.049$). Assim, o despertar menos emoções negativas está relacionado com a valorização das dimensões Familiar e Afectiva e Direitos e Lazer para a realização feminina (Paulo: $r(171)=-.19$, $p=.012$; Susana: $r(171)=-.21$, $p=.007$; Paulo: $r(171)=-.15$, $p=.050$; Susana: $r(171)=-.16$, $p=.033$, respectivamente) e da dimensão Interpessoal para a realização masculina (Paulo: $r(171)=-.21$, $p=.006$; Susana: $r(171)=-.19$, $p=.014$). Despertar mais emoções positivas está relacionado com a valorização da dimensão Familiar e Afectiva para a realização pessoal própria (Paulo: $r(171)=-.16$, $p=.041$; Susana: $r(171)=-.16$, $p=.040$). O Paulo é ainda avaliado de forma positiva por quem valoriza a dimensão Intrapessoal para a realização feminina ($r(171)=-.15$, $p=.048$). Assim, quanto mais se valoriza a dimensão Familiar e Afectiva para a realização pessoal própria, as dimensões Familiar e Afectiva e Direitos e Lazer para a realização feminina, e a dimensão Interpessoal para a realização masculina, mais as personagens comunais são avaliadas de forma positiva.

Desta forma, parece que as forma como os participantes avaliam as personagens agênticas/instrumentais e comunais/expressivas está relacionada como a concepção do que os torna realizados por um lado, e do que torna os homens e as mulheres realizados, por outro.

5.4. Conclusão

Os resultados vão de encontro às nossas expectativas, na medida em que salientam diferenças nas representações sociais da realização pessoal em função da situação de comparação e nos diferentes grupos em análise.

De facto, quando é tornada saliente a pertença sexual, são consideradas mais importante para a realização masculina as dimensões Afirmação Profissional e Pessoal e Interpessoal; pelo contrário, para a realização feminina são valorizadas as dimensões Familiar e Afectiva, Intrapessoal e de Direitos e Lazer. A dimensão Material e de Estatuto Social aparece assim como a única dimensão que não diferencia a realização pessoal dos homens e das mulheres. Assim, a nossa Hipótese 1a, que previa que uma comparação entre a representação da realização pessoal masculina e a representação da realização pessoal feminina leva a associar a realização masculina à esfera pública e a realização feminina à esfera privada, é validada.

Pelo contrário, a nossa Hipótese 1b, que previa que quando a identidade pessoal é tornada saliente – quando o alvo é a realização pessoal própria – a representação da

realização pessoal será idêntica para homens e mulheres é apenas parcialmente confirmada. Com efeito, foram encontradas diferenças significativas no que refere à importância da dimensão Familiar e Afectiva, considerando as mulheres esta dimensão mais importante para a sua realização pessoal do que os homens. Assim, parece que, apesar da maior parte das mulheres considerar que as responsabilidades com o trabalho remunerado e com a família não se excluem mutuamente, sendo ambas essenciais, a família continua a ser, para todas as mulheres, o que há de mais importante (Vicente, 2002). Este resultado parece indicar uma interiorização do papel comunal e do estereótipo da mulher enquanto “mãe” por parte das mulheres.

A nossa Hipótese 2, que previa que os casados apresentariam uma representação mais de acordo com o estereótipo do que os solteiros, não é verificada. Pelo contrário, na única dimensão que revela diferenças devidas ao estado civil, a dimensão Material e de Estatuto Social, são as mulheres solteiras quem atribui maior importância à dimensão Material e de Estatuto Social para a realização masculina.

Relativamente à crença nas diferenças entre os sexos, a nossa Hipótese 3, onde esperávamos que um maior grau de crença nas diferenças entre os sexos estivesse relacionado com uma representação da realização pessoal mais de acordo com o estereótipo, não foi confirmada. Contudo, o maior grau de crença nas diferenças entre os sexos reflecte o grau de anti-igualitarismo dos indivíduos (cf. Poeschl & Pinto, 2001-2; Poeschl, 2003b) na medida em que está relacionado com uma desvalorização da importância dos Direitos e Lazer para a própria realização pessoal.

Por último, relativamente à avaliação das personagens tradicionais e não tradicionais, a nossa Hipótese 4, segundo a qual esperamos que as personagens que apresentam papéis sexuais tradicionais despertem emoções mais positivas do que as personagens que apresentam papéis não tradicionais, também não foi confirmada. Os nossos resultados salientam uma maior valorização do papel comunal e uma menor valorização do papel agêntico. Na medida em que a comunalidade é geralmente associada às mulheres e a agênticidade aos homens (Eagly, 1987; Silva & Poeschl, 2001-2), estes resultados vão de encontro aos resultados da investigação contemporânea sobre os estereótipos sexuais, que parecem indicar que o estereótipo feminino é no global mais positivo do que os estereótipo masculino (Eagly, 1995; Eagly & Mladinic, 1994; Eagly, Mladinic & Otto, 1991).

No entanto, a reacção emocional às diferentes personagens está relacionada com a representação da realização pessoal, no sentido de uma reacção positiva ser desencadeada

face às personagens que desempenham um papel congruente com as dimensões valorizadas da realização pessoal e o inverso quando as personagens desempenham uma papel congruente com as dimensões da realização menos valorizadas.

Os resultados também salientam que a representação social da realização pessoal se encontra ancorada sociologicamente nas variáveis sexo e estado civil e em algumas variáveis psicológicas.

A análise da ancoragem sociológica salienta algumas diferenças nas representações em função da pertença grupal: no geral, as mulheres valorizam mais do que os homens as dimensões Intrapessoal e Direitos e Lazer; na realização própria as mulheres salientam-se pela valorização da dimensão Familiar e Afectiva; e, relativamente à realização masculina e feminina, as mulheres valorizam mais a dimensão Interpessoal para a realização feminina e masculina e a dimensão Material e de Estatuto Social para a realização masculina, enquanto os homens apenas se demarcam das mulheres pela maior valorização da dimensão Material e de Estatuto Social para a realização feminina. Relativamente à categoria estado civil, os casados valorizam a dimensão Familiar e Afectiva para a realização própria enquanto os solteiros valorizam mais a dimensão Interpessoal da realização pessoal.

Relativamente à ancoragem psicológica, constatamos que a representação social da realização pessoal está ancorada em valores e prioridades como o Sucesso e Competição e a Automonitorização e Sucesso, em diversas aspirações: Familiares, Profissionais e Materiais e de Lazer, e na Crença na Existência de Diferenças entre os Sexos. Estes resultados salientam que a valorização por parte dos sujeitos destes valores e prioridades ou aspirações se manifesta na atribuição de maior importância às dimensões correspondentes de realização pessoal.

CAPÍTULO VI

CONCLUSÕES

CAPÍTULO VI

CONCLUSÕES

A análise histórica dos ideais de realização pessoal de homens e mulheres mostrou que nem sempre os desejos individuais prevaleceram, e que, pelo contrário, anteriormente o bem-estar da comunidade era colocado acima do bem-estar dos indivíduos. Nas famílias tradicionais as pessoas estavam dispostas a renunciar a um certo número de ambições pessoais em favor do bem-estar da colectividade, enquanto que, pelo contrário, na sociedade moderna, a auto-realização individual tem precedência sobre a estabilidade colectiva (Shorter, 1995).

Os resultados dos nossos estudos também apontam neste sentido, salientando a importância da esfera pessoal para a realização pessoal dos sujeitos. De facto, a dimensão pessoal da realização pessoal foi a mais valorizada em ambos os estudos, quer pela maior saliência em termos de frequência de evocação quer em termos da importância atribuída. Para além disso, são os valores pessoais, de automonitorização e sucesso, e as aspirações pessoais as que reuniram maior acordo dos sujeitos. Pelo contrário, o aspecto material e competitivo da realização pessoal é o menos valorizado, quer pela menor importância desta dimensão para a representação da realização pessoal, quer pela menor importância atribuída ao sucesso e competição e ao investimento em aspirações materiais e profissionais. Estes resultados vão contra à literatura onde a família constitui o que há de mais importante para as pessoas (cf. Costa, 1992; CIDM, 2002) e o carácter desejável do sucesso (cf. Maia, 2000).

A análise histórica também nos permite constatar que, apesar de nos finais do século XX as mulheres terem conquistado formalmente todo um conjunto de direitos que até então lhes eram negados (a autonomização do trabalho profissional em relação à vida familiar; o direito a uma sexualidade sem auto-repressão; o reconhecimento legal da igualdade de direitos entre homens e mulheres, entre outros), na actualidade, elas continuam a ter um estatuto inferior aos homens. No mundo do trabalho elas continuam a ocupar os níveis de qualificação mais baixos e pior remunerados; e, apesar de, como os homens, exercerem uma actividade profissional, elas são ainda consideradas as principais responsáveis pelo trabalho familiar e doméstico; e ainda dispõem de menos tempo que os homens para o lazer.

Segundo a Teoria das Representações Sociais, as representações sociais adquirem características dos grupos onde são formadas que reflectem a sua posição no campo social.

Assim, elas tornam-se atributos dos grupos, desempenhando funções específicas nas relações entre os grupos sociais. Na formação das representações são importantes não só as vivências dos grupos bem como o contexto em que elas são formadas. Nomeadamente, as representações sociais formadas num contexto de comparação inter-grupos são moduladas por processos de diferenciação destinados a distinguir claramente – e positivamente – o endogrupo do exogrupo. Na medida em que as estratégias de diferenciação acentuam a importância das dimensões típicas dos grupos, elas contribuem, em simultâneo, para reforçar essas diferenças e, ao mesmo tempo, as posições dos grupos na sociedade (Poeschl, 2001).

De acordo com estes pressupostos, os nossos resultados revelam que, quando se torna saliente a pertença grupal - sexual, a representação social da realização pessoal é congruente com os estereótipos sexuais, atribuindo ao homem a valorização da esfera pública e à mulher a valorização da esfera privada. Estes resultados sugerem que, apesar de actualmente tanto os homens como as mulheres participarem nas esferas pública e privada, ainda continua a ser considerado que a realização das mulheres se faz através do exercício do papel de mãe e esposa e que a realização dos homens se obtém através do exercício do papel de “ganha-pão”. Assim, os homens continuam a definir-se essencialmente pelo papel instrumental e as mulheres pelo papel expressivo.

Por outro lado, quando se faz apelo à identidade pessoal, as mulheres continuam a diferenciar-se dos homens pela maior valorização da esfera familiar para a sua realização pessoal, o que parece indicar uma internalização do estereótipo feminino e do papel comunal por parte das mulheres. Assim, na medida em que, tal como nos estereótipos sexuais, a identidade pessoal feminina é caracterizada pela esfera privada, pelo papel comunal/expressivo, podemos inferir que a formação da identidade pessoal feminina é muito dependente dos estereótipos, uma característica específica dos grupos dominados (Lorenzi-Cioldi, 1988, 1991). Contudo, a definição da identidade com base nesta característica apenas confere prestígio às mulheres no imaginário, num plano mítico, mas não na sociedade real (Chombart de Lauwe, 1984), contribuindo decisivamente para a sua manutenção numa posição dominada. Assim, ao acentuar a importância de dimensões típicas dos grupos mas de diferente valor social, as estratégias de diferenciação reforçam a legitimidade das posições assimétricas dos grupos (Poeschl, 2001).

A sobrevalorização feminina da esfera privada – familiar – tem uma outra consequência: as mulheres sentem mais do que os homens um conflito entre o desempenho

do papel profissional e do papel familiar, o que as leva a manifestar maior necessidade de automonitorização e a aspirar por mais tempo de lazer.

Assim, parece que as teorias desenvolvidas no século XIX para justificar a manutenção das mulheres em casa, atribuindo às mulheres, mais do que aos homens, o papel de cuidar do lar e das crianças, continuam na actualidade a servir de base para as representações sociais dos papéis masculino e feminino. Na medida em que essas representações influenciam as representações da realização pessoal, pode-se concluir que estas antigas teorias ainda contribuem para a manutenção das desigualdades entre homens e mulheres na nossa sociedade (Poeschl, 2001-2).

BIBLIOGRAFIA

- Aboim, S. (2003). Evolução das estruturas domésticas. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 43, 13-30.
- Abric, J.C. (1982). Cognitive processes underlying cooperation: The theory of social representations. In Derlega & Grzelak (Eds.), *Cooperation and helping behaviour* (pp. 73-94). New York: Academic Press.
- Abric, J.C. (1984). A theoretical and experimental approach to the study of social representations in a situation of interaction. In R.M. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 169-183). Cambridge: Cambridge University Press.
- Abric, J.C. (1989). L'étude expérimentale des représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 187-203). Paris: Presses Universitaires de France.
- Abric, J. C. (1994). *Pratiques sociales et représentations*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Amâncio, L. (1994). *Masculino e feminino. A construção social da diferença*. Porto: Edições Afrontamento.
- Archer, J. & Lloyd, B. (1985). *Sex and gender*. New York: Cambridge University Press.
- Atkinson, J.W. (1957). Motivational determinants of risk-taking behavior. *Psychological Review*, 64, 359-372.
- Atkinson, J.W. (1964). *An introduction to motivation*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Badinter, E. (1996). *XY. A identidade masculina*. Lisboa: Asa.
- Bakan, D. (1966). *The duality of human experience*. Chicago: Rand McNally.
- Bardin, L. (1995). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Barreira, C. (1994). *História das nossas avós: Retrato da burguesa em Lisboa 1890-1930*. Lisboa: Colibri.
- Bittman, M. & Wajcman, J. (2000). The rush hour: The character of leisure time and gender equity. *Social Forces*, 79(1), 165-189.
- Bottéro, J. (1998). Tudo começa na Babilónia. In G. Duby (Ed.), *Amor e sexualidade no Ocidente* (pp. 17-48). Lisboa: Terramar.
- Breakwell, G.M., Hammond, S. & Fife-Schaw, C. (1997). *Research methods in Psychology*. London: Sage Publications.
- Cabral, M. V. (1997). *Cidadania política e equidade social em Portugal*. Oeiras: Celta Editora.
- Castro, P. (2002). Notas para uma leitura da teoria das representações sociais em S. Moscovici. *Análise Social*, XXXVII(164), 949-979.

- Chaplin, J.P. (1981). *Dicionário de Psicologia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Chombart de Lauwe, M. (1984). La représentation des catégories sociales dominées: Rôle social, intériorisation. *Bulletin de Psychologie*, XXXVII(366), 877-886.
- Chulef, A.S., Read, S.J. & Walsh, D.A. (2001). A hierarchical taxonomy of human goals. *Motivation and Emotion*, 25(3), 191-231.
- Codol, J.P. (1984). On the system of representations in na artificial social situation. In M. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Comissão para a Igualdade e para os Direitos das Mulheres (2002). *Igualdade de género: Portugal 2002*. Lisboa: Presidência do Conselho de Ministros.
- Connell, R.W. (1993). *Gender and power. Society, the person and sexual politics*. Cambridge: Polity Press.
- Corbin, A. (1995). *História dos tempos livres*. Lisboa: Editorial Teorema.
- Costa, A. (1992). *Representações sociais de homens e mulheres: Portugal 1991*. Lisboa: CIDM.
- Deaux, K. & Lafrance, M. (1998). Gender. In D.T. Gilbert, S.T. Fiske & G. Lindzey (Eds.), *The handbook of social Psychology* (Vol. II, pp. 788-827). New York: McGraw-Hill.
- Dickinson, E. (2004). *Come dall'archetipo di Twiggy si è diffuse il modello della magrezza, fino all'anoressia*. [On-Line], <http://www.liberalfondazione.it/archivio/fl/numero%2013/guadagni.htm>. 03-12-2004
- Di Giacomo, J.P. (1981). *Représentations sociales et comportements collectifs*. Tese de doutoramento, Université de Louvain-La-Neuve.
- Di Giacomo, J.P. (1986). Alliance et rejets intergroupes au sein d'un mouvement de revendication. In W. Doise e A. Palmonari (Eds.), *L'étude des représentations sociales* (pp. 118-138). Paris: Delachaux et Niestlé.
- Doise, W. (1985). Les représentations sociales: Définition d'un concept. *Connexions*, 45, 243-253.
- Doise, W. (1989). Attitudes et représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 220-238). Paris: Presses Universitaires de France.
- Doise, W. (1990). Les représentations sociales. In R. Ghiglione, C. Bonnet & J. F. Richard (Eds.), *Traité de psychologie cognitive* (pp.113-174). Paris: Dunod.

- Doise, W. (1992). L'ancrage dans les études sur les représentations sociales. *Bulletin de Psychologie*, 45, 189-195.
- Doise, W. & Clémence, A. (1996). La problématique des droits humains et la psychologie sociale. *Connexions*, 67(1), 9-27.
- Doise, W., Clémence, A. & Lorenzi-Cioldi, F. (1992). *Représentations sociales et analyses de données*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- Doise, W., Spini, D. & Clémence, A. (1999). Human rights studied as social representations in a cross-national context. *European Journal of Social Psychology*, 28, 1-29.
- Dowling, C. (1981). *The Cinderella complex*. Nova Iorque: Pocket Books.
- Durkheim, E. (1898, 1996). Représentations individuelles et représentations collectives. In *Sociologie et philosophie*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Eagly, A.H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hilldale, N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Eagly, A.H. (1995). The science of politics of comparing women and men. *American Psychologist*, 50(3), 145-158.
- Eagly, A.H. & Mladinic, A. (1994). Are people prejudiced against women? Some answers from research on attitudes, gender stereotypes, and judgments of competence. *European Review of Social Psychology*, 5, 1-35.
- Eagly, A.H., Mladinic, A. & Otto, S. (1991). Are women evaluated more favourably than men? An analysis of attitudes, beliefs, and emotions. *Psychology of Women Quarterly*, 15, 203-216.
- Feingold, A. & Mazzella, R. (1998). Gender differences in body image are increasing. *Psychological Science*, 9(3), 190-195.
- Fernandes, A.A. (2001). Velhice, solidariedades familiares e política social. Itinerário de pesquisa em torno do aumento da esperança de vida. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 36, 39-52.
- Ferreira, A. M. M. (2002). *Desigualdades de género no actual sistema educativo Português. Sua influência no mercado de emprego*. Coimbra: Quarteto Editora.
- Ferreira, P.M. (2003). Tendências e modalidades da conjugalidade. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 43, 67-82.
- Flament, C. (1989). Structure et dynamique des représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 204-219). Paris: Presses Universitaires de France.

- Forbes, G.B., Adam-Curtis, L.E., Rade, B. & Jaberg, P. (2001). Body dissatisfaction in women and men: The role of gender-typing and self-esteem. *Sex Roles*, 44(7/8), 461-484.
- Freud, S. (s/data). *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*. Lisboa: Livros do Brasil.
- Furnham, A. & Greaves, N. (1994). Gender and locus of control correlates of body image dissatisfaction. *European Journal of Personality*, 8, 183-200.
- Giddens, A. (1996). *As consequências da modernidade*. Oeiras: Celta Editora.
- Giddens, A. (2002). *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Editorial Presença.
- Gleicher, F. & Weary, G. (1996). Control motivation. In *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology* (pp. 132-136). Oxford: Blackwell Publishers.
- Gollwitzer, P.M. & Brandstätter, V. (1996). Motivation. In *The Blackwell Encyclopedia of Social Psychology* (pp. 397-403). Oxford: Blackwell Publishers.
- Grieco, M. (1991). O corpo, aparência e sexualidade. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. Do Renascimento à Idade Moderna* (pp. 71-120). Porto: Edições Afrontamento.
- Grize, J.B. (1989). Logique naturelle et représentations sociales. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 152-168). Paris: Presses Universitaires de France.
- Guerreiro, M. D. (2003). Pessoas sós: Múltiplas realidades. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 43, 31-49.
- Hart, K. & Kenny, M.E. (1997). Adherence to the super woman ideal and eating disorder symptoms among college women. *Sex Roles*, 36(7/8), 461-478.
- Heilman, M.E. (2001). Description and prescription: How gender stereotypes prevent women's ascent up the organizational ladder. *Journal of Social Issues*, 57(4), 657-674.
- Herzlich, C. (1972). La représentation sociale. In S. Moscovici (Ed.), *Introduction à la psychologie sociale* (Vol.1, pp. 303-325). Paris: Larousse.
- Higonnet, A. (1991). Mulheres, imagens e representações. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. O século XX* (pp. 403-434). Porto: Edições Afrontamento.
- Isen, A.M. (1987). Positive affect, cognitive processes and social behaviour. *Advances in Experimental Social Psychology*, 20, 203-253.
- Jaspars, J. & Fraser, C. (1984). Attitudes and social representations. In R. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations* (pp. 101-123). Cambridge: Cambridge University Press.

- Jodelet, D. (1984). Représentation sociale: Phénomènes, concept et théorie. In S. Moscovici (Ed.), *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Jodelet, D. (1986). Fou et folie dans un milieu rural français: une approche monographique. In W. Doise & A. Palmonari (Eds.), *L'étude des représentations sociales* (pp. 171-192). Neuchâtel: Delachaux & Niestlé.
- Jodelet, D. (1989). Représentations sociales: Un domaine en expansion. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales* (pp. 31-61). Paris: Presses Universitaires de France.
- Kerpelman, J.L. & Schvaneveldt, P.L. (1999). Young adults' anticipated identity importance of career, marital, and parental roles: Comparisons of men and women with different role balance orientations. *Sex Roles*, 41(3/4), 189-217.
- Lagrange, R. (1991). Uma emancipação sob tutela. Educação e trabalho das mulheres no século XX. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. O século XX* (pp. 505-543). Porto: Edições Afrontamento.
- Larson, R.W., Richards, M.H. & Perry-Jenkin, M. (1994). Divergent worlds: The daily emotional experience of mothers and fathers in the domestic and public spheres. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67(6), 1034-1046.
- Le Goff, J. (1998). A rejeição do prazer. In G. Duby (Ed.), *Amor e sexualidade no Ocidente* (pp. 191-208). Lisboa: Terramar.
- Lefaucheur, N. (1991). Maternidade, família, Estado. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. O século XX* (pp. 479-503). Porto: Edições Afrontamento.
- Lipovetsky, G. (1997). *A terceira mulher: Permanência e revolução do feminino*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Lokken, K., Ferraro, F.R., Kirchner, T. & Bowling, M. (2003). Gender differences in body size dissatisfaction among individuals with low, medium, or high levels of body focus. *The Journal of General Psychology*, 130(3), 305-310.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1988). *Individus dominants et groupes dominés, images masculines et féminines*. Grenoble: Presses Universitaires.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1991). Self-stereotyping and self-enhancement in gender groups. *European Journal of Social Psychology*, 21, 403-417.
- Lorenzi-Cioldi, F. (1994). *Les androgynes*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Lorenzi-Cioldi, F. & Doise, W. (1990). Levels of analysis and social identity. In D. Abrams & M.A. Hogg (Eds.), *Social identity theory: Constructive and critical advances* (pp. 71-88). New York: Harvester Wheatsheaf.

- Maia, N. (2000). *As representações sociais do sucesso: Efeito do meio profissional e do sexo de pertença na representação do sucesso profissional*. Tese de mestrado não publicada, Universidade do Porto, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação.
- Maia, N. & Poeschl, G. (no prelo). Efeito do meio profissional na representação do sucesso profissional. *Psicologia* (2004).
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. New York: Harper.
- McClelland, D. C. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Van Nostrand.
- Mikula, G. (1998). Justice in the family - Multiple perspectives in the division of labor: Introduction. *Social Justice Research*, 11(3), 211-213.
- Moscovici, S. (1961, 1976). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Moscovici, S. (1981). On social representations. In J. P. Forgas (Ed.), *Social cognition: perspectives on everyday understanding* (pp. 181-209). London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1984). The phenomenon social of social representations. In R. M. Farr & S. Moscovici (Eds.), *Social representations*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Moscovici, S. (2001). *Social representations*. New York: New York University Press.
- Moscovici, S. & Hewstone, M. (1984). De la science au sens commun. In S. Moscovici (Ed.), *Psychologie sociale*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Mugny, G. & Carugati, F. (1985). *L'intelligence au pluriel. Les représentations sociales de l'intelligence et de son développement*. Cousset: Editions Delval.
- Müller, U. (1998). The micropolitics of gender differences in family life. In V. Ferreira, T. Tavares & S. Portugal (Eds.), *Shifting bonds, shifting bounds* (pp. 329-344). Oeiras: Celta Editora.
- Murray, H. A. (1938). *Explorations in personality*. New York: Oxford University Press.
- Nielsen, J.M. (1990). *Sex and gender in society. Perspectives on stratification*. Prospect Heights, Ill: Waveland Press.
- O'Neill, J.M., Helms, B.J. & Gable, R.K. (1986). Gender-role conflict scale: College men's fear of femininity. *Sex Roles*, 14(5/6), 335-350.
- Oakes, P.J., Haslam, S.A. & Turner, J.C. (1998). The role of prototypicality in group influence and cohesion: Contextual variation in the graded structure of social categories. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Páez & J.C. Deschamps (Eds.), *Social identity: International perspectives* (pp. 75-92). London: Sage.

- Opitz, C. (1990). O quotidiano da mulher no final da Idade Média (1250-1500). In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. A Idade Média* (pp. 353-440). Porto: Edições Afrontamento.
- Parsons, T. & Bales, R.F. (1956). *Family: Socialization, and interaction process*. Glencoe, Ill: Free Press.
- Passerini, L. (1991). Mulheres, consumo e cultura de massas. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. O século XX* (pp. 381-402). Porto: Edições Afrontamento.
- Pestana, E. & Páscoa, A. (1998). *Dicionário breve de Psicologia*. Lisboa: Editorial Presença.
- Piedade, A.F. (1998). Relações de género: A criança, o lúdico e o conto de fadas. *Arquivos da Memória*, 5, 85-97.
- Pinto, T. (2000). *O ensino industrial feminino oitocentista: A escola Damião de Góis em Alenquer*. Lisboa: Edições Colibri.
- Pocinho, C. (1998). Corpo escondido: Construção das identidades femininas. *Arquivos da Memória*, 5, 43-54.
- Poeschl, G. (1992). *L'intelligence: Un concept à la recherche d'un sens*. Thèse de Doctorat, Université de Genève, Genève.
- Poeschl, G. (1999). Intelligence masculine et intelligence féminine. In B. Bril, P. Dasen, C. Sabatier & B. Krewer (Eds.), *Propos sur l'enfant et l'adolescent: Quels enfants, pour quelles cultures?* (pp. 297-315). Paris: L'Harmattan.
- Poeschl, G. (2000). *Procedimentos estatísticos para a investigação psicológica: Teoria e prática*. Porto: FPCEUP.
- Poeschl, G. (2001). Social comparison and differentiation strategies in social representations of intelligence. *Swiss Journal of Psychology*, 60(1), 15-26.
- Poeschl, G. (2001-2). Práticas familiares e representações das diferenças entre os sexos. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 17-18, 145-152.
- Poeschl, G. (2003a). Teoría de las representationes sociales. In J. F. M. Domínguez & C.H. Casal (Dir.), *Estudios de Psicología Social* (pp. 437-466). Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Poeschl, G. (2003b). Représentations des différences entre les sexes et jeux de pouvoir. *Nouvelle Revue de Psychologie Sociale*, 2(1), 77-86.
- Poeschl, G. (2003c). Inégalités sexuelles dans la mémoire collective et représentations des différences entre les sexes. *Connexions*, 80(2), 101-119.

- Poeschl, G., Múrias, C. & Costa, E. (2004). Desigualdades sociais e representações das diferenças entre sexos. *Análise Social*, XXXIX (171), 365-387.
- Poeschl, G., Múrias, C. & Ribeiro, R. (2003). As diferenças entre os sexos: Mito ou realidade? *Análise Psicológica*, 2(21), 213-228.
- Poeschl, G., Múrias, C., Ribeiro, R., Silva, A. & Kaiser, Cl. (2003). Desigualdades na organização familiar: Julgamentos e sistemas de pensamento. *Relatório de estudo* do projecto POCTI/36451/PSI/00/2000, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia.
- Poeschl, G. & Pinto, I. (2001-2). Representações das diferenças entre os sexos e legitimação das relações entre homens e mulheres. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 17-18, 171-179.
- Poeschl, G., Pinto, I., Múrias, C., Silva, A. & Ribeiro, R. (2003). Representações das práticas familiares, crença nas diferenças entre os sexos e sexismo *Relatório de estudo* do projecto POCTI/36451/PSI/00/2000, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia.
- Poeschl, G. & Silva, A. (2001). Efeito das crenças nas diferenças entre sexos na percepção e no julgamento das práticas familiares. *Psicologia*, 15(1), 93-113.
- Poeschl, G., Silva, A. & Múrias, C. (no prelo). Papéis conjugais desejáveis e traços de personalidade apropriados: uma explicação motivacional. *Psicologia e Educação* (Vol. 3 (1), 2004).
- Rodrigues, C. & Pina-Cabral, J.M. (1985). *Motivação. Conceito. Aspectos fundamentalmente inatos*. Porto: Contraponto.
- Rosa, M.J.V. (2002). Notas sobre a população – os homens e as mulheres perante o casamento. *Análise Social*, XXXVII(163), 667-672.
- Rudman, L.A. & Glick, P. (2001). Prescriptive gender stereotypes and backlash toward agentic woman. *Journal of Social Issues*, 57(4), 743-762.
- Salazar, A. O. (1977). *Como se levanta um Estado*. Lisboa: Golden Books.
- Santos, C. & Casimiro, J. (1997). *Movimento operário – Década de 70*. Lisboa: CML.
- Saraceno, C. (1988). *Sociologia da família*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Segalen, M. (1999a). *Sociologia da família*. Lisboa: Terramar.
- Segalen, M. (1999b). A revolução industrial: do proletário ao burguês. In A. Burguière, c. Klapish-Zuber, M. Segalen & F. Zonabend (Eds.), *História da família. O Ocidente: Industrialização e urbanização* (Vol. 4, pp. 5-36). Lisboa: Terramar.
- Shorter, E. (1995). *A Formação da família moderna*. Lisboa: Terramar.

- Silva, A. (1999). *Papel de género e práticas familiares*. Tese de mestrado não publicada, Universidade do Porto, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação.
- Silva, A. & Poeschl, G. (2001-2). Representações das semelhanças e das diferenças entre os sexos. *Cadernos de Consulta Psicológica*, 17-18, 153-159.
- Silva, F.J. (1984). *Dicionário da Língua Portuguesa*. Porto: Editorial Domingos Barreira.
- Silva, R.B. (1998). Para uma análise da satisfação com o trabalho. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 26, 149-178.
- Smithson, J., Lewis, S. & Guerreiro, M.D. (1998). Percepções dos jovens sobre a insegurança no emprego e suas implicações no trabalho e na vida familiar. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 27, 97-113.
- Sohn, A. (1991). Entre duas guerras. In G. Duby & M. Perrot (Eds.), *História das mulheres no Ocidente. O século XX* (pp. 115-146). Porto: Edições Afrontamento.
- Sot, M. (1998). A génese do casamento cristão. In G. Duby (Ed.), *Amor e sexualidade no Ocidente* (pp. 209-224). Lisboa: Terramar.
- Sousa, E. (2000). Atribuição causal: Da inferência à estratégia de comportamento. In J. Vala & M.B. Monteiro (Cord.), *Psicologia social* (pp. 159-186). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Tajfel, H. (1972). La catégorisation sociale. In S. Moscovici (Ed.), *Introduction à la psychologie sociale* (Vol. 1, pp. 272-302). Paris: Larrousse.
- Tajfel, H. (1978). Social categorization, social identity and social comparison. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation, between social groups* (pp. 61-76). London: Academic Press.
- Tajfel, H. (1982). *Grupos humanos e categorias sociais* Vol. I. Lisboa: Livros Horizonte.
- Tajfel, H. & Turner, J.C. (1986). The social identity theory of inter-group behavior. In S. Worchel & W.G. Austin (Eds.), *Psychology of inter-group relations* (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall Publishers.
- Tashakkori, A. & Teddlie, C. (1998). *Mixed methodology*. London: Sage.
- Tavares, M. (2000). *Movimentos de mulheres em Portugal. Décadas de 70 e 80*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Terman, L.M. & Miles, C.C. (1936). *Sex and personality: Studies in masculinity and femininity*. New York: McGraw Hill.
- Tilly, L.A. & Scott, J.W. (1987). *Lés femmes, le travail et la famille*. Paris: Rivages.
- Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D. & Wetherell, M.S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford: Blackwell.
- Vala, J. (1981). Grupos sociais e representação social da violência, *Psicologia*, 2, 329-342.

- Vala, J. (1986). Sobre as representações sociais – para uma epistemologia do senso comum. *Cadernos de Ciências Sociais*, 4, 5-30.
- Vala, J. (1993). As representações sociais no quadro dos paradigmas e metáforas da psicologia social. *Análise Social*, XXVIII(123-124), 887-919.
- Vala, J. (2000). Representações sociais e psicologia social do conhecimento quotidiano. In J. Vala & M.B. Monteiro (Cord.), *Psicologia social* (pp. 457-502). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Valentine, S. (2001). Development of a brief multidimensional aversion to women who work scale. *Sex Roles*, 44(11/12), 773-787.
- Vasconcelos, P. (2003). Famílias complexas: Tendências de evolução. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 43, 83-96.
- Vergès, P. (1989). Représentations sociales de l'économie: Une forme de connaissance. In D. Jodelet (Ed.), *Les représentations sociales*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Viaud, J. (1999) Principes organisateurs et représentations sociales de l'économie: genèse et dynamique. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 12(2), 79-106.
- Vicente, A. (2002). *Os poderes das mulheres, os poderes dos homens*. Lisboa: Gótica.
- Voci, A. (2000). Perceived group variability and the salience of personal and social identity. *European Review of Social Psychology*, 11, 177-221.
- Wall, K. (2003). Famílias monoparentais. *Sociologia, Problemas e Práticas*, 43, 51-66.
- Waterman, A.S. (1993). Two conceptions of happiness: Contrast of personal expressiveness (eudaimonia) and hedonic enjoyment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64(4), 678-691.
- Weiner, B. (1974). *Achievement motivation and attribution theory*. Morristown: General Learning Press.
- Weiner, B. (1979). A theory of motivation for some classroom experiences. *Journal of Educational Psychology*, 71, 3-25.
- Weiner, B. (1996). Achievement motivation. In *The Blackwell encyclopedia of social psychology* (pp. 5-6). Oxford: Blackwell Publishers.
- Wille, D.E. (1995). The 1990s: Gender differences in parenting roles. *Sex Roles*, 33(11/12), 803-817.

ANEXOS

ANEXO 1

**Questionário Estudo 1:
Realização Pessoal dos Homens**

QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO

Este questionário faz parte de uma investigação realizada pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto e pretende conhecer o que, hoje em dia, as pessoas pensam sobre a Realização Pessoal.

Não há respostas consideradas correctas ou erradas, o que nos interessa é a sua opinião *pessoal*. Pedimos que responda da forma mais espontânea possível. O questionário é **anónimo, confidencial** e destinado apenas à investigação científica.

Obrigada pela sua colaboração

1. Escreva, por favor, o que acha que é a **REALIZAÇÃO PESSOAL** dos **HOMENS**.

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Sexo: _____ Idade: _____ Nacionalidade: _____
Estado Civil: _____ Filhos: Sim ☐ Não ☐ _____ (número)
Profissão: _____
Religião: _____ Praticante? Sim ☐ Não ☐
Tendência Política: Esquerda ☐ Centro ☐ Direita ☐ Sem ☐

ANEXO 2:

Questionário Estudo 1:
Realização Pessoal das Mulheres

QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO

Este questionário faz parte de uma investigação realizada pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto e pretende conhecer o que, hoje em dia, as pessoas pensam sobre a Realização Pessoal.

Não há respostas consideradas correctas ou erradas, o que nos interessa é a sua opinião *pessoal*. Pedimos que responda da forma mais espontânea possível. O questionário é **anónimo, confidencial** e destinado apenas à investigação científica.

Obrigada pela sua colaboração

1. Escreva, por favor, o que acha que é a **REALIZAÇÃO PESSOAL** das **MULHERES**

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____
9. _____
10. _____

Sexo: _____ Idade: _____ Nacionalidade: _____

Estado Civil: _____ Filhos: Sim ☐ Não ☐ _____ (número)

Profissão: _____

Religião: _____ Praticante? Sim ☐ Não ☐

Tendência Política: Esquerda ☐ Centro ☐ Direita ☐ Sem ☐

ANEXO 3

Dimensões da Realização Pessoal:

Solteiros vs. Casados

Anexo 3

Dimensões da Realização Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado quando significativo.

| | Realização Pessoal dos Homens | | Realização Pessoal das Mulheres | | TOTAL | χ^2 | |
|--------------|----------------------------------|---------|------------------------------------|---------|-------------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | | 1 - 2 | 3 - 4 |
| | Solteiros | Casados | Solteiros | Casados | | | |
| Pessoal | 53 | 51 | 96 | 94 | 294 | | |
| Social | 44 | 32 | 53 | 66 | 195 | | |
| Familiar | 26 | 33 | 56 | 57 | 172 | | |
| Material | 40 | 47 | 19 | 33 | 139 | | |
| Profissional | 30 | 25 | 26 | 29 | 110 | | |
| Afectiva | 29 | 22 | 32 | 24 | 107 | | |
| Lazer | 17 | 13 | 9 | 16 | 55 | | |
| TOTAL | 239 | 223 | 291 | 319 | 1072 | | |

ANEXO 4

Realização Pessoal:
Solteiros vs. Casados

Anexo 4. Realização Pessoal: Frequências de evocação e valores do qui-quadrado, quando significativos.

| Palavras | RP dos Homens | | RP das Mulheres | | TOTAL | χ^2 | |
|---------------------------------|---------------|---------|-----------------|---------|-------|----------|-------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | | 1-2 | 3-4 |
| | Solteiros | Casados | Solteiros | Casados | | | |
| Acomodados nas tarefas caseiras | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 | | |
| Ajudar o próximo | 4 | 6 | 5 | 9 | 24 | | |
| Alcançar objectivos | 10 | 3 | 6 | 2 | 21 | | |
| Amar | 2 | 5 | 7 | 6 | 20 | | |
| Amigos | 9 | 6 | 8 | 9 | 32 | | |
| Aproveitar a vida | 0 | 0 | 2 | 3 | 5 | | |
| Auto-estima | 5 | 6 | 16 | 12 | 39 | | |
| Beleza | 5 | 7 | 20 | 21 | 53 | | |
| Bem estar | 2 | 4 | 5 | 1 | 12 | | |
| Boas condições económicas | 3 | 3 | 6 | 9 | 21 | | |
| Bom relacionamento familiar | 4 | 2 | 6 | 5 | 17 | | |
| Carro | 0 | 0 | 1 | 3 | 4 | | |
| Carro topo de gama | 12 | 15 | 0 | 2 | 29 | | |
| Casa | 5 | 6 | 3 | 4 | 18 | | |
| Casamento | 3 | 4 | 10 | 16 | 33 | | |
| Comer bem | 5 | 7 | 0 | 1 | 13 | | |
| Companheiro atraente | 1 | 4 | 0 | 2 | 7 | | |
| Conhecimento | 2 | 4 | 6 | 8 | 20 | | |
| Conviver com os amigos | 8 | 0 | 0 | 3 | 11 | 6,13* | |
| Dar-se bem com os outros | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 | | |
| Defeitos | 0 | 3 | 0 | 1 | 4 | | |
| Dinheiro | 3 | 3 | 2 | 6 | 14 | | |
| Direitos | 0 | 0 | 3 | 14 | 17 | | 5,88* |
| Encontrar a cara metade | 3 | 1 | 6 | 5 | 15 | | |
| Estabilidade económica | 5 | 1 | 5 | 2 | 13 | | |
| Estatuto profissional | 1 | 1 | 1 | 0 | 3 | | |
| Estatuto social | 1 | 1 | 0 | 1 | 3 | | |
| Família | 9 | 17 | 16 | 14 | 56 | | |
| Fé | 0 | 1 | 0 | 0 | 1 | | |
| Felicidade | 9 | 6 | 5 | 6 | 26 | | |
| Férias/viajar | 5 | 4 | 3 | 8 | 20 | | |
| Filhos | 9 | 9 | 22 | 21 | 61 | | |
| Futebol | 6 | 6 | 0 | 1 | 13 | | |
| Igualdade | 0 | 0 | 8 | 6 | 14 | | |
| Independência | 4 | 1 | 16 | 14 | 35 | | |
| Lazer | 6 | 3 | 6 | 7 | 22 | | |
| Longevidade | 2 | 1 | 1 | 0 | 4 | | |
| Maturidade | 5 | 1 | 1 | 3 | 10 | | |
| Motivação | 2 | 1 | 1 | 1 | 5 | | |
| Mulher que o sustente | 1 | 0 | 0 | 0 | 1 | | |
| Pais | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | | |
| Papel activo na sociedade civil | 1 | 3 | 4 | 1 | 9 | | |
| Paz | 1 | 2 | 1 | 2 | 6 | | |
| Personalidade forte | 0 | 1 | 7 | 10 | 18 | | |
| Poder | 5 | 6 | 6 | 6 | 23 | | |
| Profissão | 4 | 4 | 6 | 7 | 21 | | |
| Profissão gratificante | 12 | 10 | 7 | 17 | 46 | | |
| Reconhecimento | 7 | 6 | 9 | 9 | 31 | | |
| Reconhecimento profissional | 5 | 0 | 4 | 3 | 12 | | |
| Relação amorosa | 5 | 0 | 7 | 3 | 15 | | |
| Responsabilidades | 0 | 1 | 2 | 2 | 5 | | |
| Riqueza | 7 | 9 | 2 | 1 | 19 | | |
| Roupa | 0 | 3 | 0 | 5 | 8 | | |
| Saúde | 6 | 9 | 7 | 8 | 30 | | |
| Ser amado | 3 | 3 | 5 | 3 | 14 | | |
| Sexo | 9 | 7 | 7 | 5 | 28 | | |
| Sucesso | 4 | 1 | 1 | 2 | 8 | | |
| Sucesso com o sexo oposto | 5 | 2 | 0 | 0 | 7 | | |
| Sucesso profissional | 8 | 10 | 8 | 2 | 28 | | |
| Vida social activa | 2 | 0 | 6 | 2 | 10 | | |

* $p \leq 0.05$; ** $p \leq 0.01$; *** $p \leq 0.001$; Nota: RP= Realização Pessoal

ANEXO 5

Questionário Estudo 2



QUESTIONÁRIO DE OPINIÃO

Este questionário faz parte de uma investigação realizada pela Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto e pretende conhecer o que, hoje em dia, as pessoas pensam sobre a Realização Pessoal.

Pedimos que responda da forma mais espontânea possível. Não há respostas consideradas correctas ou erradas, o que nos interessa é a sua opinião *pessoal*. O questionário é **anónimo**, **confidencial** e destinado apenas à investigação científica.

Obrigada pela sua colaboração

1. Neste primeiro grupo de questões pretendemos conhecer a opinião das pessoas no que se refere à **REALIZAÇÃO PESSOAL**. Assim, pedimos-lhe que indique em que medida os atributos propostos são importantes para: (a) a **SUA** definição da Realização Pessoal; (b) a definição dos **HOMENS** em geral; (c) a definição das **MULHERES** em geral. Assinale com um círculo (e apenas um) o algarismo que melhor corresponde à sua opinião, sem omitir nenhuma escala.

Alcançar objectivos

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Amar

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Auto-estima

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Beleza

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Bem estar

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Carro topo de gama

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Casa

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Casamento

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Comer bem

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Conviver com os amigos

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Dar-se bem com os outros

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Dinheiro

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Direitos

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Família

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Filhos

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Futebol

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Igualdade

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Independência

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Lazer

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Personalidade Forte

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Poder

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Reconhecimento social

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Profissão gratificante

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Riqueza

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Roupa

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Ser amado

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Sexo

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Sucesso com o sexo oposto

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Sucesso Profissional

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Ter Amigos

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

Viajar

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-----------------|---|---|---|---|---|---|---|------------------|
| Para Mim é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para os Homens em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |
| Para as Mulheres em geral é ... | Nada importante | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito importante |

1.2. Em que medida considera que a sua opinião é semelhante à dos homens em geral?

A minha opinião é totalmente diferente da
opinião dos homens em geral

1

2

3

4

5

6

7

A minha opinião é idêntica à opinião dos homens
em geral

1.3. Em que medida considera que a sua opinião é semelhante à das mulheres em geral?

A minha opinião é totalmente diferente da
opinião das mulheres em geral

1

2

3

4

5

6

7

A minha opinião é idêntica à opinião das mulheres
em geral

1.4. Em que medida se considera uma pessoa realizada?

Nada realizada

1

2

3

4

5

6

7

Completamente realizada

2. Neste segundo grupo de questões pedimos que indique o seu acordo ou desacordo com várias afirmações propostas. Marque com um círculo (e apenas um) o algarismo que melhor corresponde à sua opinião, sem omitir nenhuma escala, sabendo que os pontos da escala correspondem às posições que vão de 1=discordo totalmente a 7=concordo totalmente.

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Ascender na carreira profissional é importante para mim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Sinto-me dividido/a entre o meu horário de trabalho apertado e cuidar da minha saúde. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Para mim é muito importante poder decidir o rumo da minha vida sentimental/emocional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Ganhar dinheiro faz parte da minha ideia de ser uma pessoa bem sucedida. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Às vezes defino o meu valor pessoal pelo meu sucesso profissional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Para mim é muito importante decidir que educação dar aos meus filhos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| A minha carreira, profissional ou escolar, afecta a qualidade do meu tempo familiar/livre. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Avalio o valor das outras pessoas pelo seu nível de realização e de sucesso. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| É fundamental para mim decidir quanto à minha vida profissional. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Preocupo-me com o falhar e como isso pode afectar a minha prestação como pessoa. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Encontrar tempo para relaxar é difícil para mim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Para mim a única forma de liderar é através do exercício de cargos políticos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Sair-me sempre bem é importante para mim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Muitas vezes sinto que tenho de tomar conta daqueles que me rodeiam. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| É importante para mim poder decidir no que se refere à gestão dos tempos livres e lazer. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Competir com os outros é a melhor forma de ser bem sucedido/a. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Ganhar é uma medida do meu valor pessoal. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| É importante para mim tomar decisões no que se refere à organização da casa e do lar. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| A minha necessidade de trabalhar ou estudar mantém-me afastado da minha família ou lazer mais do que gostaria. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Luto por ser melhor sucedido/a do que os outros. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| É importante para mim ter influência sobre o meu grupo de amigos. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| O meu trabalho ou escola muitas vezes prejudica outras partes da minha vida (família, saúde, lazer...). | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Muitas vezes preocupo-me com a forma como os outros avaliam a minha performance no trabalho ou escola. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Para mim é importante poder escolher a forma de organizar a minha vida privada. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Ser mais inteligente ou forte que os outros é importante para mim. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Excesso de trabalho e stress causados pela necessidade de ser bem sucedido/a no trabalho ou na escola afectam a minha vida. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
| Gosto de me sentir superior às outras pessoas. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |

3. Pedimos agora que indique em que medida concorda que **vai investir tempo e esforço** para concretizar as seguintes aspirações no próximo ano.

| | | | | | | | | | |
|--|---------------------|---|---|---|---|---|---|---|---------------------|
| Ter mais cuidado com o meu corpo | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Comprar o carro dos meus sonhos | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ser promovido/a | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Praticar desporto | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Dedicar-me mais à minha relação afectiva | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Comprar/mudar/melhorar a casa | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Lutar por uma sociedade mais justa | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Casar/investir mais no meu casamento | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Passear | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Passar mais tempo com os meus amigos | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ter filhos/dedicar-me mais aos filhos | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Mudar de emprego | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ter sucesso com o sexo oposto | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Passar mais tempo com a família | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Pensar mais em mim | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ser reconhecido/a no meu trabalho | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Passar férias no estrangeiro | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Alcançar um lugar de destaque na sociedade | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ser independente | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Ser rico/a | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |
| Melhorar a minha vida sexual | Discordo totalmente | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Concordo totalmente |

4. Leia com atenção as informações contidas no quadro abaixo, que constituem a descrição das características mais marcantes do estilo de vida de 4 pessoas: o João, o Paulo, a Cristina e a Susana.

O **João** é um profissional bem sucedido e a principal fonte de sustento da sua família. No entanto, devido às exigências da sua profissão, muitas vezes é impedido de passar os fins-de-semana com a sua mulher e os dois filhos.

O **Paulo**, por seu lado, optou por investir na família. Tem um emprego pouco exigente mas que lhe deixa bastante tempo livre para se dedicar à família e ao lar.

A **Cristina** é uma profissional de sucesso. É casada, tem 2 filhos e é a principal fonte de sustento da sua família. No entanto, as exigências da sua profissão levam-na muitas vezes a passar pouco tempo com a sua família.

A **Susana** dedica a maior parte do seu tempo e esforço à família. Para isso, arranjou um emprego pouco exigente mas que lhe permite ter bastante tempo livre para a família e o lar.

4.1. Gostaríamos agora que indicasse a intensidade dos sentimentos que o João, o Paulo, a Cristina e a Susana lhe despertam. Indique com um círculo o algarismo que melhor corresponde à sua opinião, tendo em conta que **1** significa que o sentimento despertado é “**nada forte**” e **7** significa que o sentimento despertado é “**muito forte**”.

| | | | | | | | | | |
|---|------------|---|---|---|---|---|---|---|-------------|
| O João desperta-me TRISTEZA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me TRISTEZA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me TRISTEZA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me TRISTEZA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me CURIOSIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me CURIOSIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me CURIOSIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me CURIOSIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me FELICIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me FELICIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me FELICIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me FELICIDADE | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me REPUGNÂNCIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me REPUGNÂNCIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me REPUGNÂNCIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me REPUGNÂNCIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me ALEGRIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me ALEGRIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me ALEGRIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me ALEGRIA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me MEDO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me MEDO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me MEDO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me MEDO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me SURPRESA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me SURPRESA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me SURPRESA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me SURPRESA | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me ESPANTO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me ESPANTO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me ESPANTO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me ESPANTO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O João desperta-me DESPREZO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| O Paulo desperta-me DESPREZO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Cristina desperta-me DESPREZO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |
| A Susana desperta-me DESPREZO | Nada forte | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | Muito forte |

5. Por último, vamos pedir a sua opinião sobre várias afirmações que dizem respeito aos homens e às mulheres. Marque com um círculo (e apenas um) o algarismo que melhor corresponde à sua opinião, sem omitir nenhuma escala, sabendo que os pontos da escala correspondem às posições que vão de 1=discordo totalmente a 7=concordo totalmente.

Há actividades que correspondem mais às competências dos homens ou das mulheres.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Os homens e as mulheres têm interesses diferentes.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Há diferenças psico-fisiológicas entre homens e mulheres.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Os homens e as mulheres têm competências diferentes.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Os homens e as mulheres têm ideais de vida diferentes.

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 |
|---|---|---|---|---|---|---|

Apesar das suas respostas neste estudo serem absolutamente confidenciais, necessitamos de recolher alguns dados para efeitos de análise estatística, **sem os quais não nos será possível utilizar as suas respostas.**

Sexo: Masculino ☐ Feminino ☐ **Idade:** _____ (anos) **Nacionalidade:** _____

Estado Civil: _____ **Filhos:** Não ☐ Sim ☐ _____ (número)

Profissão: _____

Situação Profissional: Empresário/a ☐ Trabalhador por conta de outrem ☐ Trabalhador por conta própria ☐

Desempregado ☐ Estudante ☐ Reformado(a) ☐ Doméstico(a) ☐ Trabalhador/estudante ☐

Religião: _____ Praticante? Sim ☐ Não ☐

Tendência Política: Esquerda ☐ Centro ☐ Direita ☐ Sem ☐

VERIFIQUE, POR FAVOR, SE RESPONDEU A TODAS AS QUESTÕES. Obrigada!

ANEXO 6

Correlações:

Dimensões da realização pessoal, semelhança de opinião,
nível de realização, valores e prioridades, aspirações e
crença nas diferenças.

Correlação r de Pearson entre as dimensões da realização pessoal, a semelhança de opinião, nível de realização, valores e prioridades, aspirações e crença nas diferenças.

| Dimensões | Familiar e Afectiva | | | Material e de Estatuto Social | | | Interpessoal | | | Afirmação Profissional e Pessoal | | | Intrapessoal | | | Direitos e Lazer | | |
|--|---------------------|--------|--------|-------------------------------|--------|------|--------------|--------|-------|----------------------------------|--------|--------|--------------|--------|-------|------------------|--------|-------|
| | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M |
| Homens | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semelhante ao endogrupo | -.06 | .33*** | .40*** | .35*** | .02 | .09 | .33*** | .31*** | .24* | .31*** | .41*** | .21 | .26*** | .36*** | .16 | .20 | .34*** | .22* |
| Semelhante ao exogrupo | .18 | .30*** | .10 | .22* | .17 | .08 | .28** | .22* | .27** | .17 | .25* | .27** | .15 | .25* | .25* | .28*** | .20 | .22* |
| Mulheres | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Semelhante ao endogrupo | .11 | .17 | .05 | .26*** | .25* | .23* | -.04 | -.00 | .16 | .21 | .37*** | .51*** | .08 | .09 | .17 | -.07 | .04 | .16 |
| Semelhante ao exogrupo | .07 | .22* | -.04 | .35*** | .18 | .15 | .07 | .09 | -.05 | .21* | .33*** | .27* | .08 | .20 | .16 | .10 | .24* | .14 |
| Realização pessoal | .10 | .11 | .06 | .07 | .14 | .11 | .14 | .12 | -.01 | .32*** | .23** | .18* | .08 | .04 | .04 | .10 | .09 | .00 |
| Valores e prioridades | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sucesso e Competição | -.19* | .02 | -.07 | .44*** | .13 | .16* | -.03 | .05 | .00 | .21** | -.01 | -.01 | .01 | -.04 | -.17* | -.04 | -.04 | -.12 |
| Conflito entre os Papéis Profissional e Familiar | .15* | .19* | .18* | .26*** | .16* | .07 | .21** | .23** | .24** | .21** | .11 | .18* | .22** | .17* | .11 | .15* | .02 | .18* |
| Automonitorização e Sucesso | .30*** | .14 | .11 | .36*** | .21** | .08 | .30*** | .26*** | .22** | .41*** | .16* | .23** | .42*** | .16* | .20** | .37*** | .12 | .15* |
| Aspirações | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Familiares | .44*** | .23** | .05 | .03 | .07 | -.06 | .07 | -.00 | .13 | .03 | .11 | .11 | .27*** | .12 | .18* | .15* | .04 | .09 |
| Profissionais e Materiais | -.04 | .05 | -.04 | .51*** | .22** | .06 | .13 | .11 | .10 | .25** | .10 | .13 | .18* | .14 | .09 | .10 | .10 | .09 |
| Lazer | .24** | .08 | .04 | .31*** | .31*** | .11 | .25** | .20* | .13 | .22** | .18* | .26*** | .27*** | .12 | .21** | .36*** | .15* | .25** |
| Pessoais | .03 | .03 | .16* | .28*** | .16* | .17* | .25** | .11 | .18* | .21** | .10 | .18* | .19* | .12 | .13 | .22** | .04 | .22** |
| Crença nas diferenças entre sexos | -.01 | .00 | .09 | .11 | .04 | .12 | .00 | .08 | .03 | .03 | .12 | -.03 | .04 | .16* | .14 | -.22** | .01 | -.08 |

* p≤.05, ** p≤.01, *** p≤.001

Nota: E=Realização Pessoal Própria; H=Realização Pessoal dos Homens; M=Realização Pessoal das Mulheres.

ANEXO 7

Correlações:

**Dimensões da realização pessoal e emoções despertadas
pelas personagens tradicionais e não tradicionais**

Anexo 7

Correlação r de Pearson entre as dimensões da realização pessoal e as emoções despertadas pelas personagens tradicionais e não tradicionais.

| Dimensões | Familiar e Afectiva | | | Material e de Estatuto Social | | | Interpessoal | | | Afirmação Profissional e Pessoal | | | Intrapessoal | | | Direitos e Lazer | | |
|--------------------------|---------------------|------|--------|-------------------------------|------|------|--------------|--------|------|----------------------------------|-------|------|--------------|------|------|------------------|------|-------|
| | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M | E | H | M |
| Emoções negativas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| João (H, T) | .20** | -.01 | -.08 | .01 | -.07 | .00 | -.01 | -.15 | .04 | -.09 | -.16* | .04 | -.06 | -.08 | .07 | .14 | -.05 | .05 |
| Paulo (H, NT) | .13 | .07 | -.19* | .04 | -.13 | .01 | -.14 | -.21** | -.04 | -.11 | -.08 | .02 | -.13 | -.06 | .01 | -.06 | -.06 | -.15* |
| Cristina (M, NT) | .18* | -.01 | -.05 | -.00 | -.08 | -.02 | -.03 | -.13 | .05 | -.14 | -.18* | -.00 | -.12 | -.08 | .04 | .02 | -.09 | -.02 |
| Susana (M, T) | .15* | .06 | -.21** | .04 | -.11 | .00 | -.10 | -.19* | .01 | -.09 | -.10 | .02 | -.10 | -.09 | -.02 | -.01 | -.10 | -.16* |
| Emoções positivas | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| João (H, T) | -.04 | .07 | -.11 | .21** | .00 | -.01 | .00 | -.09 | -.07 | -.06 | -.05 | -.03 | -.05 | .05 | -.01 | .00 | .09 | -.08 |
| Paulo (H, NT) | .16* | .08 | .03 | .03 | -.04 | -.04 | .00 | -.01 | .11 | -.10 | -.03 | .08 | -.05 | .05 | .15* | -.02 | -.06 | -.04 |
| Cristina (M, NT) | -.05 | .03 | -.09 | .16* | -.02 | .00 | .02 | -.07 | -.05 | -.01 | -.05 | -.03 | -.04 | -.01 | -.07 | -.04 | -.00 | -.15* |
| Susana (M, T) | .16* | .08 | -.04 | .01 | -.06 | -.05 | -.04 | -.03 | .09 | -.13 | -.08 | .08 | -.09 | .06 | .15 | .02 | .00 | -.02 |

* p≤.05, ** p≤.01, *** p≤.001

Nota: E=Realização Pessoal Própria; H=Realização Pessoal dos Homens; M=Realização Pessoal das Mulheres; H=Homem; M=Mulher; T=Tradicional; NT=Não Tradicional.